

جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية المعلومات والإعلام والعلوم الانسانية

بحث بعنوان :

دور الصحافة في تعزيز الوعي المجتمعي

دراسة تحليلية لقضية الإقتصاد المعرفي

بصحيفتي البيان والخليج الإماراتيتين في الفترة من يناير - ديسمبر 2010م

إعداد دكتورة مريم محمد محمد صالح العجمي  
استاذ مساعد بكلية الإعلام - صحافة

2015 م

**مقدمة :** يلعب الإعلام بوسائله المختلفة دورا حيويا في كافة مجالات التنمية ، ويؤثر بشكل كبير على الأفراد والمجتمعات ، ما جعل كثير من الباحثين يهتمون ببحث أفضل السبل التي تجعلها أكثر فعالية وتأثير في اتجاهات وسلوك الجمهور المستهدف بالرسالة التي تقدم عبرها ، وتحديد السبل المثالية لتسخيرها والاستفادة منها في مجالات التنمية بكافة أشكالها ، السياسية والاقتصادية والاجتماعية . ذلك لأن الإعلام يمثل بأدواته المختلفة فاعلا استراتيجيا في دفع مشروعات النهضة والتطور بكل مجتمع من المجتمعات ، وعاملا أساسيا في تحقيق أهداف التنمية ، ومنها التنمية الاقتصادية والتحويلات المتعلقة بها ، باعتبار ان الاقتصاد يحتل مكانة متقدمة في اهتمام الدول والمجتمعات نسبة لتأثيراته الحاسمة في كل المجالات الاخرى .

ومع زيادة استخدام التكنولوجيا وأدواتها في العصر الراهن والاعتماد عليها في انجاز الأنشطة الانسانية المختلفة ، ما نتج عنه ما يسمى بمجتمع المعرفة ، الذي أصبح معيارا في الحكم على الدول ، وتحديد موقعها في خارطة النمو والتطور على كافة الأصعدة لا سيما المجال الاقتصادي بإعتباره المحور والمرتكز الذي تقوم عليه الأنشطة الأخرى السياسية والاجتماعية والعلمية ..... الخ ، الأمر الذي أفرز ما يسمى باقتصاد المعرفة كأحد مخرجات التعامل مع التكنولوجيا في ميادين الاقتصاد ومشروعاته وخطته واستراتيجياته ، وكذلك النمو الكبير في أهمية استخدام الشبكات والاتصالات في قوى الإنتاج وعلاقاته ( خضور 2005 ) - الأمر الذي غير من طبيعة ومفهوم وتوجهات وهيكلية الاقتصاد الحديث ( اقتصاد المعرفة ) عن الاقتصاد التقليدي بمفاهيمه وأصوله ومكوناته التي تعارف عليها الناس قديماً ، وقد ارتبط اقتصاد المعرفة تاريخياً باقتصاد الدول الصناعية الصاعدة ، التي تحاول كثير من الدول العربية اللحاق بهامن خلال مبادرات متعددة ، والعمل على إنشاء بنية تحتية مناسبة لتوجهات الاقتصاد الجديد، ومنها من قطع شوطاً كبيراً في الطريق واستطاع أن يصعد الى مصاف الدول الكبرى أوقربياً منها.

ونظرا للدور الحيوي والمهم الذي تلعبه الصحافة في التأثير على اتجاهات وسلوك الأفراد وتشكيل الوعي وتحقيق التراكم المعرفي ، كان لابد من أن تُسهم بفعالية في عملية الوعي المجتمعي ، خاصة وأن دولة الإمارات العربية تشهد نهضة متسارعة على كافة الأصعدة ما يلزم معه أن ترتبط الصحافة بالمؤسسات والهيئات المنوط بها النشاط المتصل بمشروعات النهضة والتنمية لا سيما المتعلقة بالجانب الاقتصادي ، فهي الوسيلة التي يعتمدها الصفة وقادة الرأي في تلقي المعلومات والأخبار والتحليلات ، وهؤلاء يلعبون دورا في قيادة واقناع عامة الأفراد من خلال ما يصنعونه من حوارات مع المختصين أو المهتمين أو القائمين على الأمر حول أبعاد القضية وأهميتها وما هو

مطلوب تجاهها وعلاقتها بالنهضة والتطور. كل ذلك لأجل زيادة الوعي الجماهيري بها، وتزويدهم بالمستجدات الخاصة بها وتخفيفهم على اتخاذ موقف إيجابية منها . خاصة وأن احدى صحف الدراسة تقوم سياستها التحريرية منذ نشأتها في الثمانينات من القرن الماضي على الاهتمام بالجانب الاقتصادي بشكل أساسي. وقد تزايد اهتمام الصحافة الاماراتية بالمجال الاقتصادي بشكل كبير في الآونة الأخيرة ، كنتيجة طبيعية للنهضة الاقتصادية غير المسبوقة التي حققتها دولة الإمارات ، ويتضح ذلك من خلال تصدر موضوعات الاقتصاد للصفحات الأولى والعناوين الرئيسية على مستوى عامة الصحف التي تصدر بالدولة ، ويضاف إلى ذلك صدور عدد من الملاحق الاقتصادية التي تتبع لتلك الصحف ، وعدد من المجلات المتخصصة ، ما يعكس حجم الاهتمام بالنشاط الاقتصادي بكل صوره والعمل على رصد تطوراته كما وكيفا . وايضا من الأبعاد المهمة في موضوع الدراسة الانتشار الإعلامي الواسع في دولة الإمارات فتتوزع مدارسه وثقافته ، فكما هو معلوم كثرة الجنسيات الأجنبية التي تعمل في الدولة في كل قطاعات العمل ومن بينها القطاع الإعلامي ، الأمر الذي يُتوقع معه تميز وثناء في الرسالة الإعلامية ، خاصة الصحفية منها . فهل حققت الصحافة هذا التوقع ، وهل الانتشار الإعلامي على المستويين الأفقي والرأسي خدم الغرض في رفع وعي الجمهور ، وهل واكبت الصحافة المقروءة التطور الاقتصادي الكبير بالدولة ، هذا ما يبرز أهمية الدراسة الحالية ، وضرورة تحديد الإجابة الواقعية والعلمية لتلك الأسئلة ، مع الأخذ في الاعتبار الزيادة التي تشهدها عمليات التواصل والاتصال بين فئات المجتمع ، كواحدة من مخرجات التكنولوجيا ، والتي كان للميدان الاتصالي نصيب كبير فيها ، ما ساعد في ربط أفراد وكيانات المجتمعات المختلفة ، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصات مهمة ومفضلة للشركات التي تسعى إلى جذب العملاء والترويج لخدماتها ومنتجاتها ، بل أصبحت تُعد جزء أساسي من عملية التسويق المتكاملة ، بما في ذلك قطاع الشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة بمختلف أحجامها. وكل هذا زاد من تحديات الصحافة في أن تقوم بدورها في التأثير والإقناع مستفيدة من هذه الأدوات الاتصالية كمصادر في تغطيتها لقضاياها وموضوعاتها، لتحقيق الوعي المجتمعي وإشاعة ثقافة إقتصاد المعرفة الذي أصبح يمثل ركيزة أساسية في عملية التنمية المجتمعية المستدامة ، ما يُحتم ضرورة التعامل به ومعه في أوساط الجمهور، باعتباره محور أهداف وإستراتيجيات التنمية بكل أبعادها ومحاورها .

#### مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة بشكل اساس في ملاحظة الباحثة قلة الدراسات العلمية لتي ترصد وتقيم التغييرات ذات العلاقة بالإنتاج الإعلامي والثقافي بكافة أشكاله ، وتحديد مدى قدرة الوسائل

الإعلامية الإماراتية خاصة المقروءة منها في عملية التوعية المجتمعية ، وتقييم إسهامها في أداء الدور المنوط بها تجاه المجتمع ومعرفة حجم إسهامها في تنمية وتطوير محتواها وموادها التي تُعنى بالنهضة الاقتصادية بمجالاتها المتعددة ، ومدى تأثيرها في تكوين الوعي والمعرفة لدى المتلقي، من خلال دراسة ميدانية يتم من خلالها رصد لما تقدمه الصحف الإماراتية من خلال صفحاتها وملاحقها المتخصصة في الشأن الاقتصادي رغم زيادة عدد تلك الصحف والملاحق الاقتصادية المتخصصة وكذلك ظهور عدد من المجالات في نفس المجال ، الأمر الذي يبيّن الحاجة لمثل هذه الدراسات . كما ان مشكلة الدراسة تكمن في ندرة أو غياب الدراسات العلمية التي تقوم بتحليل ما تقدمه الصحافة من مضامين خاصة بمجالات الاقتصادية ومدى ملاءمة هذه المواد لعجلة النهضة الاقتصادية بالدولة ، وتقييم طبيعة التغطية الصحفية لهذه القضية التي تُمثل مؤشرا مهما في التنمية بغرض توفير معلومات علمية دقيقة عن هذه الاسهامات والأدوار التي تلعبها صحف الدراسة .

#### أهمية موضوع الدراسة :

التطور السريع الذي يشهده العالم اليوم أصبح إيقاعه أسرع بكثير من الجهود التي يبذلها الأفراد والمجتمعات في محاولاتهم لمواكبته ، حتى الجهود العلمية الأكاديمية والبحثية ما عاد بمقدورها أن تجارى ذاك التطور ، فالدراسات الأكاديمية نلاحظ أنها لا تستطيع إستيعاب كل هذه التغييرات الناتجة من هذا التطور الهائل في جميع مجالات الحياة والتي تحتاج بين فترة وأخرى إلى إجراء مراجعات وتقييم للدراسات التي أُنجزت حولها ، مراجعات تفرضها التغييرات المتلاحقة التي تحدث في العالم المعاصر خاصة التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات والتواصل الاجتماعي، والاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيات الحديثة ، والانتشار الكبير لوسائلها وأدواتها . كل ذلك يبرز مجموعة من التحديات تتعلق بالمضمون الإعلامي الذي يقدم من خلال تلك الوسائل وعلاقته بالجمهور المتلقي وارتباطه بواقع واحتياجات الناس. كما سيرصد البحث الواقع المتعلق بالصحافة الإماراتية ودورها في تشكيل الوعي العام لدى الجمهور المتلقي باعتباره من الأدوار المهمة التي يجب أن تؤديها الصحافة كوسيلة لها دور مؤثر ، بل تعد الصحافة من بين وسائل الاتصال الأخرى الأهم والأخطر من ناحية نشر المعرفة والتوجيه والتنمية والتأثير المهم ( شفيق ، حسين 2006م ) .

لكل ماسبق جاء اهتمامنا بهذه الدراسة إنطلاقاً من الإحساس بالحاجة الملحة إليها ، حاجة تتصل بالتعرف على قدرة الصحف المبحوثة في تقديم المعلومة والخبر عبر الأشكال الصحفية المختلفة التي تخدم الهدف المطلوب ، وعلى عنصر القائمين بالاتصال ومدى إدراكهم لدورهم فيما يقدمونه

من محتوى، وقدرتهم على التأثير في عنصر الجمهور المستقبل بمختلف فئاته . ايضا من جوانب أهميتها محاولة تقديم إضافة علمية تُفيد متخذي القرار في المؤسسات الصحفية في رسم السياسات وتحديد الأولويات التي يجب أن تركز عليها الصحافة الاقتصادية .وتحديد كيفية التناول لهذه الموضوعات ، وتقييم الأساليب الاتقاعية المستخدمة في الخطاب الصحفي المتصل بقضية البحث .

**أهداف الدراسة :**

وقد وقع اختيار الباحثة على هذا الموضوع لأجل تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في الآتي :

- \* التعرف على الدور التوعوي والتنقيفي الذي يمكن أن تؤديه وسائل الاتصال خاصة الصحافة .
- \* تقييم دور الصحافة اليومية الإماراتية ( البيان والخليج ) في تناولها لقضية اقتصاد المعرفة .
- \* التعرف على مدى اهتمام الصحف الاماراتية بالقضايا الاقتصادية عامة ، وعلى وجه اخص اقتصاد المعرفة .

- \* تبيّن العلاقة بين الإعلام الصحفي واتجاهات وسلوك الجمهور نحو التحولات المجتمعية .
- \* التعرف على طبيعة مضامين وأشكال وأساليب المحتوى الصحفي من ناحية الفكرة وشكل الإخراج ، وقوالب النشر المستخدمة ، والمساحات المخصصة وغيرها مما يجيب على سؤال كيف يُنشر؟، ثم معرفة المضمون والاتجاهات والقيم وغيرها من العناصر التي تجيب على سؤال ماذا يُنشر؟ .
- \* التعرف على مدى ملائمة الكتابة الصحفية بصحف الدراسة لوظيفة التأثير في سلوك واتجاهات الجمهور .

- \* في ضوء المعطيات التي يوفرها البحث، تسعى الباحثة إلى تقديم استنتاجات وتوصيات بخصوص المادة المبحوثة للإفادة منها في هذا الحقل .

- \* التعرف على حجم الأهتمام الممنوح للمحتويات الاقتصادية من خلال دراسة نسبة المساحات المخصصة فعليا لها في الصحف الإماراتية ( عينة البحث )، ودراسة نماذج لمضامين من تلك الصحف المختارة .

- \* تحديد عناصر التشابه والأختلاف بين الصحف الإماراتية في تناولها لموضوع البحث .

**أسئلة الدراسة :**

- 1 . ماهو اقتصاد المعرفة وكيف يمكن بناء مجتمع يقوم اقتصاده على المعرفة ؟
- 2 . كيف وظفت صحف الدراسة مضامينها في بناء ثقافة الجمهور وتشكيل اتجاهاته حول قضية اقتصاد المعرفة ، وهل بينها فروق ذات دلالة إحصائية في توظيفها للمضمون ؟

- 3 . ما دور الصحافة الإماراتية في التوعية المجتمعية وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول المضامين المقدمة لهذا الغرض في صحف الدراسة ؟
- 4 . ما هي الأهداف التي سعت الصحف لتحقيقها من خلال تناولها لقضية اقتصاد المعرفة ، وهل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه الأهداف في صحف الدراسة ؟
- 5 . ماهي الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحف المبحوثة في تغطيتها لموضوعات اقتصاد المعرفة ، وهل بينها فروق ذات دلالة إحصائية حول تلك الأشكال ؟
- 6 . ما المصادر التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة في استقاء معلوماتها في تغطية قضية الدراسة ، وهل توجد فروق ذات دلالة بينها في مصادرها .
- 7 . ماهي عناصر الإبراز التي وظفتها صحيفتي الدراسة في تغطية موضوع اقتصاد المعرفة (الموقع ، المساحة ، الصور ، الرسوم...الخ ) وهل توجد فروق دالة إحصائية بينها ؟

#### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ، لكشف الواقع الخاص بالمحتوى الاقتصادي، في عينة من الصحف الإماراتية ، وتحليل تلك المحتويات وتحديد العلاقات القائمة بين عناصر التحليل لأجل الخروج بدلالات علمية تتصل بمشكلة البحث ، كذلك هي دراسة وصفية بالطبع لأنها تقوم بالوصف الظاهر للصحف محل الدراسة ورصد المتغيرات الخاصة بالنشر الصحفي في الشأن الاقتصادي خاصة ذاك الذي اهتم بإحداث التحولات والتطورات المعرفية والسلوكية لجمهور دولة الإمارات ومدى ملاءمته لهذا الدور من حيث الشكل . وبالتالي فمنهج البحث يمزج بين المنهج المسحي الذي يعالج عينات مما نُشر في الصحف المختارة للتطبيق، ومعرفة الإتجاهات التي تبناه القائمون بالاتصال فيها ، إضافة للأسلوب التحليلي حتى لاينتهي الأمر بالتناول الظاهري فقط ( سميسم ،حميدة ، 2002 م ) ، ذلك باستخدام أداة تحليل المضمون في إطار المنهج المسحي لأجل الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لصحف الدراسة ، حيث أنها أداة تتميز بالانتظام والموضوعية والوصف والكمية ( الوقائي ، 1998 م ) ، وعليه استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي حتى تتمكن من تحقيق اهداف البحث، الذي يستند إلى دراسة وتحليل المضامين والأشكال والأساليب التي تتضمنها المادة المبحوثة مستعينة بوحدة تحليل المضمون وبعض الجداول الإحصائية اللازمة كونها تتناسب مع موضوع البحث ومشكلته. كما استعانت الباحثة بإجراء مسح لجمهور نوعي يمثلها القائمون بالاتصال وهم تحديداً الصحفيون المختصون في الشأن الاقتصادي في صحف الدراسة .

## مفاهيم الدراسة :

دور : مصدر دار ، قام بدور أي شارك بنصيب كبير .

ويشير مصطلح دور في الدراسة الحالية إلى مجموع توقعات الأفعال التي قامت بها الصحافة الإماراتية في ما يتعلق بقضية اقتصاد المعرفة .

**الصحافة الإماراتية :** الصحافة هي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة والنسبة إليها ( آر، يوكاتان 2011م ) ، يُقصد بها في هذا البحث الصحف التي تصدر عن مؤسسات صحفية مملوكة لدولة الإمارات العربية المتحدة وتحديدا صحيفتي الخليج والبيان الصادرتين في الفترة من يناير - ديسمبر 2010 م .

**تعزيز:** عززه أي قوّاه ، دَعَمَه ، شَدَّده ، سواء كان التعزيز سلبياً أو إيجابياً .(ديفيد بول 2012م )  
إجرائياً تقصد به الباحثة قوة تأثير المحتوى الصحفي في توجيه سلوك الجمهور المستهدف مع أهداف القائم بالاتصال في صحف الدراسة .

**الوعي المجتمعي :** تعرفه الموسوعة الفلسفية بأنه حالة عقلية من اليقظة يدرك فيها الانسان نفسه وعلاقاته بما حوله من زمان ومكان واشخاص كما يستجيب للمؤثرات البيئية استجابة صحيحة ( غرابية ، ابراهيم 2010 ) .

ويقصد به في البحث مدى المعرفة والإدراك التي يكتسبها الجمهور عن الاقتصاد المعرفي نتيجة تعرضه للمحتوى الصحفي المنشور من خلال صحيفتي الدراسة في الفترة البحثية المحددة .  
**اقتصاد المعرفة :** يُعرف اقتصاد المعرفة، بأنه استخدام التقنية وتوظيفها بهدف تحسين نوعية الحياة بكافة مجالاتها وأنشطتها من خلال الاستفادة من المعلومات والإنترنت وتطبيقات المعلوماتية المختلفة ( بيتر ، دركر 2003م ) . إما بتحويل المعلومات إلى سلع وخدمات، أو بتطوير السلع التقليدية عن طريق استخدام التقنية وتقصد بها الباحثة الاقتصاد الذي يعتمد في موارده ومشروعاته الأساسية على انتاج المعرفة

## حدود الدراسة :

- زمانياً، تم اختيار الفترة من يناير 2010 - ديسمبر 2010م ، وهي الفترة التي تلت الأزمة الاقتصادية التي سادت كل العالم منذ 2005م ، والتي جعلت العالم يفكر في موارد اقتصادية بديلة للموارد التقليدية لأنها أصبحت تتآكل ، فكان أن إتجهت الدول الكبرى لما يسمى باقتصاد المعرفة الذي يستثمر في المعلومات والتكنولوجيا الحديثة . كما أنها شهدت تحولات نوعية وتطورات في الشأن الاقتصادي بدولة الإمارات .

- مكانيا : دولة الإمارات العربية ، وتم إختيارها لأنها تعتبر انموذجاً للدول العربية التي اتجهت بقوة الى الاقتصاد المعرفي ، وتوسعت مجالات استخدامها للموارد الاقتصادية الحديثة ، وأنشأت بنيات قوية في هذا المجال ، الأمر الذي يجعلها المكان الأنسب للقياس العلمي لإتجاهات التطور في الاقتصاد المعرفي ، يضاف لذلك التطور الكبير في المجال الإعلامي .
- الموضوعية ، فتم تحديدها بالمحتوى الاقتصادي في عينة من الصفحات والملاحق الاقتصادية من بعض الصحف الإماراتية ، كما تضمنت عينة من القائمين بالاتصال من الصحفيين الاقتصاديين لمعرفة اتجاهاتهم في مايقدمونه من مضامين في هذا المجال ، وذلك بغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة نستطيع تعميمها .

### مجتمع الدراسة :

اقتصرت الدراسة على عينة من الملاحق والصفحات الاقتصادية في صحيفتي البيان والخليج الإماراتيتين الصادرتين في الفترة من يناير إلى ديسمبر 2010م ، ذلك من خلال عينة عمدية يتم بها إختيار ثلاثة أعداد من كل صحيفة هي أعداد أيام 1 و 10 و 20 و 30 من كل شهر ، أي بواقع 4 أعداد من كل شهر ، 48 عدد في سنة الدراسة من كل صحيفة ، فالمجموع الكلي يصبح 96 عدد للصحيفتين من فترة الدراسة المختارة .كما يضم مجتمع البحث عينة من الاقتصاديين المختصين للإستعانة بهم في جمع المعلومات اللازمة لموضوع البحث .

**المبحث الثاني الإطار النظري الدراسات السابقة :** وفيه تم عرض الإطار النظري للدراسة واستعراض الدراسات السابقة وموضوعاتها وعلاقتها بالدراسة الحالية .

**أولا الدراسات السابقة :** تمثل الدراسات السابقة التراث العلمي الذي يستند عليه الباحث في تحديد بناء موضوع بحثه ، وتعد من المكونات الأساسية في أي بحث علمي باعتبارها أحد المصادر المهمة التي يستخدمها الباحث في تكوين أرضية معرفية تتصل بالظاهرة التي يتناولها بالبحث ، كما أنه يستعين بها في تأشير المحور الرئيس لبحثه بحيث ينطلق فيه مما انتهى اليه الآخرون ليصل النتائج بعضها ببعض تأكيداً أو نفياً لنتائج من سبقوه . واستنادا على ذلك فقد أطلعت الباحثة على عدد من الدراسات العلمية ذات العلاقة بموضوع دراستها ، واستفادت منها في تحديد الإطار النظري للدراسة وفي تحليل وتفسير بعض النتائج التي توصلت إليها . ويمكن عرضها كما يلي :

1- دراسة د . محمد قيراط بعنوان : الصحافة الاقتصادية الإماراتية بين الضغوط المهنية والتنظيمية وتحديات التنمية المستدامة ( 2009م ) ، دراسة منشورة.



تناولت الدراسة بالبحث واقع الصحافة الاقتصادية الإماراتية لمحاولة التعرف على ملامحها وتحديد مدى قدرتها على عكس التطور الكبير الذي يشهده الاقتصاد في دولة الإمارات ، والتعرف على التحديات التي تواجهها الصحافة الاقتصادية ، من حيث كفاءة المحررين الاقتصاديين وبيئة العمل في مؤسسات الصحافة ، والرضا الوظيفي المتحقق بها . استخدم الباحث منهج المسح على عينة من الصحف الإماراتية ( البيان ، الاتحاد ، الإمارات اليوم ) معتمدا على الاستبيان كأداة رئيسة لجمع المعلومات ، تم توزيعها على المحررين الاقتصاديين ركزت الاسئلة على أخذ رأيهم في الصحافة الاقتصادية ، وعلاقتهم بمصادر المعلومات المختصة ، ومدى ملائمة بيئة العمل ، والأدوار التي تلعبها الصحافة الاقتصادية والعوائق التي تواجهها ، ومدى تأثير الإعلان عليها .

توصل الباحث إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الصحافة الإماراتية لها إمكانات مادية وفنية وتقنية هائلة .
- الموارد الإعلانية كبيرة ومتنوعة .
- تحتل المادة الاقتصادية مساحات مقدره في الصحافة الإماراتية .
- تواجه مشكلة المحررين الاقتصاديين المؤهلين في هذا الجانب ، القادرين على البحث والتقصي والنقد والتقييم لمواكبة تطورات النشاط الاقتصادي بالدولة .

2 - دراسة النعيمي بعنوان الصفحات الاقتصادية في الصحف الإماراتية - دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالإتصال في صحف الاتحاد والبيان والخليج .

هدفت الدراسة إلى وتحليل ملامح الصفحات الاقتصادية في الصحف العامة بدولة الإمارات ، وتققيم أدائها من خلال تحليل وتفسير سياقاتها ومضامينها والفنون التحريرية المستخدمة فيها ، ولتحقيق اهداف الدراسة استخدم الباحثان منهج المسح الاعلامي والمنهج المقارن للمقارنة بين معالجة الصحف المختلفة المبحوثة ، واستخدم الباحثان أداة تحليل المضمون وتوصلا إلى نتائج عدة من أهمها :

- هنالك درجة من الوعي لدي القائمين على العمل في المؤسسات الصحفية بأهمية واولوية المحتوى الاقتصادي في سياستهم التحريرية .إنعكس ذلك الاهتمام من خلال الصفحات والملاحق الاقتصادية التي تُعني بكافة أوجه النشاط الاقتصادي بالدولة . مما حقق توازن بين حجم التغطية وتطورات النشاط الاقتصادي
- تتأثر الصحافة الاقتصادية في دولة الإمارات بعوامل عدة كقلة المصادر، وضغوط العمل وغيرها .

- تخاطب الصحافة الاقتصادية في دولة الإمارات في أغلب الاحيان جمهور المتخصصين في الشأن الاقتصادي، الأمر الذي أضعف دورها في مجالات التأثير في الرأي العام .

#### التعليق على الدراسات السابقة :

كما بيّنا سالفاً فإن الدراسات السابقة تمثل التراكم العلمي والمعرفي للباحث ، مما يلزم بوجود علاقة بينها وبين الموضوع الذي يُدرس ، وعليه فإن الدراسات السابقة التي قمنا بعرضها تلتقي مع هذه الدراسة في كونها :

- تناولت كفاءات ومضامين المعالجة الصحفية لموضوعات تتصل بالمجال الاقتصادي .
- اهتمت بكشف العلاقات التأثيرية المتداخلة بين النظام الصحفي واتجاهات المضمون وبينها وبين الجمهور المستهدف .
- اهتمت بمصادر الأخبار والمعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة وإبراز دورها في حجم التغطية .

ومما سبق يتبين أوجه العلاقة بين الدراسات السابقة وبين هذه الدراسة وتمثلت أوجه الاستفادة في الآتي :

- أوضحت الدور المهم للصحافة في المجال الاقتصادي ونشر المعرفة المتصلة بها لتحقيق الوعي المجتمعي ومشاركة الجمهور في النهضة الاقتصادية العامة .
- أوضحت الدراسات أن الصحافة تلعب دور في تحقيق الإشباع المعرفي للقراء .
- إتفقت الدراسات السابقة على ضرورة الإهتمام بتدريب الصحفي الاقتصادي وتأهيله بالدرجة التي تمكنه من أداء دوره بمهنية وإحتراف .

**ثانياً نظرية البحث :** يتفق الخبراء في مجال الاتصال على وجود دور لوسائل الإعلام في التأثير على جمهورها ، مع وجود تباين في درجة وعمق التأثير ، ويتأثر ذلك الدور بالظروف البيئية المحيطة به ، وتتعلق كذلك بطبيعة الجمهور أو الوسيلة أو الرسالة الإعلامية ، وبناءً على تلك الحقائق قاموا بوضع فرضيات تُمكن من التحكم في تأثيرات وسائل الإعلام وتصميم رسائل أكثر فعالية وقوة في تحقيق التأثير المطلوب فنتج عن تلك المحاولات عديد من النظريات التي تستند عليها الدراسات العلمية في مجال الاتصال ومن بينها نظرية الوظيفية التي تسند عليها الدراسة الحالية التي تفترض أن لاستقرار المجتمع لا بد لكل النظم المكونة لهذه المجتمعات القيام بالأنشطة والمهام الموكلة إليها ومن بين تلك النظم وسائل الإعلام .

راجت نظرية الوظيفة في علم الاجتماع منذ الأربعينيات حتى منتصف ستينات القرن الماضي، وقد ظلت لأكثر من ثلاثين عاما تحظى بأوسع انتشار بين النظريات الاجتماعية، وكثرت الدراسات التي تناولت مفهوم المنظور الوظيفي بالتحليل، وتحديد جذور هذه النظرية، ومدى استخدامها في دراسات الإعلام والاتصال. وتحددت علاقة عمليات الاتصال والإعلام بهذه النظرية في توظيفها في تحديد وعلاج مشكلة، من المسؤول عن تحديد ذوق الجمهور، هل هو محتوى وسائل الإعلام؟ أم أن الذوق هو الذي يحدد محتوى وسائل الإعلام؟ حيث يبدأ التحليل بالنظر إلى الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاما اجتماعيا يعمل ضمن نظام خارجي محدد، تُمثله مجموعة الظروف الثقافية والاجتماعية الخاصة بكل مجتمع من المجتمعات، ويركز التحليل الوظيفي على ظاهرة متكررة، هي مجموعة من السلوك من خلال الوسيلة الإعلامية. ويسعى التحليل الوظيفي إلى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار، وبقاء النظام ككل، وقد يكون لهذه الظاهرة تأثير إيجابي فيقال إنها "وظيفية" وقد يكون لها تأثيرا سلبيا فيقال "إن لها اختلالا وظيفيا (القول، مصطفى). والتحليل هو استراتيجية ترمي إلى استنباط أو تحديد افتراض يمكن اختباره تجريبيا من خلال طرق البحث المناسبة. لقد طرحت هذه النظرية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والإعلام، بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي والتي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي، كما تركز على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة ايجابية أو سلبية وكذلك تحليل مظاهر الخلل الوظيفي كما وضح ذلك روبرت ميرتون (ملتقى بن خلدون).

كذلك من أوجه أهمية النظرية الوظيفية في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري اعتمادها على التحليلات النظرية من جهة، وإجراء الدراسات الميدانية من جهة أخرى، وذلك لأجل تحديد الخصائص والسمات العامة لوسائل الاتصال الجماهيري، كما اهتموا كثير بتحليل الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الوعي الفردي والجماعي، ونمو السلوك، والاتجاهات الطبقية والسلبية والعنصرية، ومفاهيم الحرية والديمقراطية وغيرها من عناصر تشكيل الرأي العام في المجتمعات المتباينة، وبناء على تلك الدراسات التي قام بها باحثون في مجال بحوث الإعلام والاتصال تمّ تحديدين بعدين فيما يتعلق بعلاقة وظائف تلك الوسائل والمجتمع هما :

1 - بُعد يهتم بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية ومحاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور .

2 - بُعد يعنى بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية البحث عما تقدمه هذه الوسائل من أجل الجمهور، أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام، ونتج الإتجاه الأول عن القول بالقدرة الهائلة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور والقدرة على الإقناع ، وهو إتجاه أولئك الذين ضخموا إلى حد كبير من قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور ، لدرجة التي تجعلهم يتبنون رأي القائل بالاتصال، وتمثل ذلك في النظريات التي ظهرت أثناء وبعد الحرب العلمية الأولى مثل نظرية الرصاصة السحرية، وعندما وجد الباحثون صعوبة في التوصل إلى نتائج محددة حول تلك التأثيرات وسائل الإعلام، ظهر الاتجاه البحثي الذي اعتنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها ، والقاعدة الرئيسة لهذا الاتجاه قامت على محاولة وضع إجابة على الأسئلة المتصلة بتلك الوظائف، ومنها ، كيف ولماذا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام ؟ وما دوافع تعرضهم لها ؟ وما الاشباع التي تحققها وسائل الإعلام لجمهورها ؟ أي أن الباحثون اهتموا بدراسة ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام، بدلا من اهتمامهم بما تفعله هي بالجمهور، ثم ظهرت اتجاهات حديثة تربط بين المدخل الوظيفي ومدخل تأثير وسائل الإعلام ، إلا أن المدخل الوظيفي منذ أن تبلورت أبعاده يكتسب أهمية كبرى في دراسة وسائل الإعلام ، لذا ، ونظرا لطبيعة الدراسة هذه سنتناقش الباحثة موضوع البحث وفق مدخل نظرية وظائف وسائل الإعلام وإسقاطها على موضوع الدراسة الحالية حسب بعض المنظرين لهذا المدخل :

#### 1 - وظائف وسائل الإعلام في المجتمع :

حدد هاروولد لاسويل أحد الذين درسوا وظائف وسائل الإعلام ودورها في المجتمع ، ثلاث وظائف يمكن لوسائل الاتصال أن تقوم بها تجاه المجتمع هي :

أ / مراقبة الأفق البيئي : وتعني ترابط أجزاء ومكونات المجتمع فيما بينها ، واستجابتها لمتغيرات البيئة العامة ، وكذا نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل ، حفظا لهوية وذاتية المجتمع

وحمايته من طمس الملامح الخاصة به والتي تميزه عن غيره من المجتمعات ، وتكسبه خصوصيته وذاتيته ، دون أن يكون منغلقا عليها ، بل مجتمع منفتح يؤثر ويتأثر ويتفاعل مع تطورات أنماط الحياة وأساليبها في إطار سماته الأساسية ، وهذا ما أردنا تبينه في هذه الدراسة ، ومعرفة الدور الذي قدمته الصحافة الإماراتية ( عينة الدراسة ) في إحداث تحولات في السلوك المتصل بالنشاط الاقتصادي لدى الجمهور المستهدف ، ومدى قدرتها في تحقيق الانتقال - اتجاها وسلوكا - في أنماط الحياة الاقتصادية المتحولة عن أشكال وأساليب النشاط الاقتصادي التقليدي بموارده المحددة والمعروفة ، إلى اقتصاد يختلف في شكله وأسلوبه كليا عن سابقه ، وذلك من خلال تحليل المحتوى الذي قدمته صحف العينة في هذا الشأن وما إذا كان يلائم الوظيفة المطلوبة أم لا ، من حيث شكل المحتوى وموضوعه . والتعرف على ما اسهمت به من نشر لثقافة اقتصاد المعرفة الذي تقتضيه تطورات البيئة المحيطة والتي لا فكاك منها . حيث أصبح العالم يتداخل بشكل حاد في مصالحه .

ب / تماسك المجتمع كاستجابة للبيئة المحيطة : وتتعلق هذه الوظيفة بانتقاء وتفسير المعلومات عن البيئة المحيطة ، فأحيانا تتضمن الرسائل الواردة من خلال وسائل الإعلام ، رؤى نقدية تؤثر بها على الجمهور ، وتحاول أن تحدد عبرها السلوكيات والاتجاهات التي ترغب في أن يتخذها الجمهور بشأن الأحداث التي تقع في بيئته ، ووظيفة تقوم بها وسائل الإعلام والاتصال من أجل أن تعزز الأعراف الاجتماعية وتحافظ على الإجماع بين أفراد المجتمع تجاهها . فنقوم بمراقبة ورصد التحولات التي تحدث في المجتمع ، والتعرف على علاقتها بالقيم أو بالسلوك أو بالأنماط الحياتية العامة التي اعتادها الجمهور المستهدف ، وما هو تأثير هذه التحولات وطبيعته ، ما إذا كان سلبيا أم إيجابيا .

ج / نقل التراث الاجتماعي : عبر الأجيال المتلاحقة ، أي ما يسمى " بالمجالية " وهي دور وسائل الإعلام في نقل المعلومات والأخبار والقيم والأعراف الخاصة بكل مجتمع من جيل إلى آخر ، وأمن أعضاء المجتمع السابقين إلى اللاحقين الجدد، ما يزيد التماسك الاجتماعي ويوسع الإطار الدلالي المشترك بين أفرادهم ، وتساعدهم على الاندماج في المجتمع عن طريق . وحالة التحول من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة " موضع الدراسة " تُمثل شكل من أشكال التحول الاجتماعي الذي

يقتضي ، أن تلعب فيها وسائل الإعلام دوراً أساسياً واعتمدت الباحثة على نموذج هيبيرت ، أحد الذين أسهموا في تطوير نماذج الوظيفية ، وتحديد كيفية الاستفادة منه في بحث العلاقة بين وسائل الإعلام باعتبارها نظم اجتماعية ، وبين النظم الاجتماعية الأخرى ( زكي ، اسماعيل ، 1982 م ) . واستخداماتها كذلك في تحديد العلاقة بين الصحافة الإماراتية بوصفها نظام اجتماعي مستقل يؤثر ويتأثر بعناصر النظام الاجتماعي ، وتحاول وصف أوجه الاتفاق والاختلاف بين صحف الدراسة التي تعمل في إطار ظروف اقتصادية واجتماعية وثقافية متطابقة ، لمعرفة تأثيرها على نمط السلوك العام المتعلقة بقضية التحول إلى الاقتصاد المعرفي داخل المجتمع الإماراتي ، وما ينطوي عليه من أنماط سلوكية كلية تُسهم في استقراره وتطوره من خلال ما تؤديه تلك الصحف من وظائف . ولأن الدراسة اقتصر على تحليل عينة من محتوى عينة من صحف الإمارات ، فهي لا تُعنى بدراسة التوازن والاختلال في تحقيق وظائف الصحافة في علاقتها باحاجات التي تقتضي دراسة ميدانية للجمهور المتلقي ، وعلاقة هذه الوظائف بالسياسات الصحفية الخاصة بتلك الصحف ، بل ستكتفي بما لعبته تلك الصحف من أدوار من خلال محتوياتها التي قدمتها - في فترة الدراسة للإسهام في قضية تحول الجمهور المستهدف إلى تبني اتجاهات تتعلق بمجال اقتصاد المعرفة ودعمها جهود التغيير والنمو وغيرها من الوظائف التي يسعى المجتمع إلى تحقيقها في إطار توزيع الوظائف على عناصر النظام الاجتماعي وأنشطته لدعم التوازن والاستقرار ( محريب ، ايان ، 2007 م ) .

**الصحافة الاقتصادية بدولة الامارات :** تعد الصحافة الاقتصادية فرع من فروع الصحافة المتخصصة الحية والتي تتطلب العديد من المقومات لتقوم بدورها بالدقة والسرعة المطلوبة، وتعاضمت لأهميتها ولدورها في التنمية الاقتصادية في كافة المجتمعات لأنها تهتم بتتبع التغيرات الاقتصادية التي تحدث في أي مجتمع أو دولة ، في كافة المجالات المتصلة بذلك ، بدءاً من التمويل الشخصي إلى الأعمال التجارية في السوق المحلي ومراكز التسوق وصولاً إلى أداء الشركات . يغطي هذا النوع من الصحافة أخبارها ويقوم بتسجيلها وتحليلها وتفسيرها وتحريرها بشكل مفهوم ومبسط للقارئ المتخصص والقارئ العادي " المواطن البسيط" ، وبيان مدى أثر تلك القرارات والأحداث والتغيرات الاقتصادية والسياسية على اقتصاد الدولة والمواطنين من حيث الأسعار وقيمة السلع والعملات والضرائب وغيرها. وتعود أهمية الصحافة الاقتصادية وتغطية شؤونها إلى أهمية هذا القطاع بالدرجة

الأولى لأي دولة وأي مستثمر سواء على القطاع المحلي أو العالمي، حيث يعد الاقتصاد هو المحرك والدافع الأول للكثير من القرارات السياسية، واستراتيجيات المستثمرين بالاستثمار في دولة معينة عن غيرها. والصحافة بدولة الإمارات، بدأت مع قيام الدولة في سبعينيات القرن الماضي، وصدرت بشكل مستمر بداية من 1971 م، متزامنة مع قيام دولة الإتحاد، وان كانت البدايات الأولى للصحافة سبقت ذلك إلا أنها كانت محاولات فردية لم توطر في شكل مؤسساتي، وكما هو معلوم فإن قيام دولة الإمارات ارتبط بالنهضة الاقتصادية بالدرجة الأولى التي قامت على اكتشاف واستغلال البترول بمعدلات ضخمة أحدثت طفرة هائلة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، ما اقتضى أن يواكبه تطور في النشر والتناول الإعلامي العام والصحفي المتخصص على وجه أخص، لتغطية ومعالجة الموضوعات الخاصة بالنهضة الاقتصادية التي بدأت تتسارع في الدولة، وتأسيا على ذلك صدر قرار من حكومة بإنشاء صحيفة البيان 1980 م، لتكون اول صحيفة تقوم سياستها التحريرية على الاهتمام بالشأن الاقتصادي، ثم تلى ذلك ظهور عديد من الصفحات والملاحق الاقتصادية المتخصصة تتبع لكل الصحف التي تصدر بالدولة، وذلك لمواكبة التطورات الاقتصادية المتلاحقة التي حققتها الدولة، والتي أصبحت تُمثل تحديا لمدى قدرة التغطيات الصحفية على مواكبة تلك التطورات، فالتوجهات الجديدة والمتطورة لدولة الإمارات العربية ووصولها إلى المركز التجاري الأول على مستوى الشرق الأوسط، كلها عوامل ساعدت بطبيعة الحال على تطور الصحافة عامة، والمتخصصة خاصة من حيث حجمها وشكلها ومضمونها، فزادت بذلك فاعليتها في التأثير على الجمهور الذي أصبح يهتم بها ويتابع ما تقدمه من مضامين ( تقرير وزارة الاقتصاد والتجارة 1999 م). ثم تتابع الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية المختلفة بشكل مستمر، في الصحافة الإماراتية، فخصص قسم خاص ( المحليات ) من ضمن موضوعاته الأساسية التي يقوم بمعالجتها، الموضوعات الاقتصادية، ثم حُصصت صفحات خاصة للنشاط الاقتصادي، ثم تطور الأمر إلى ظهور الملاحق الاقتصادية المتخصصة في هذا الجانب، وأول ملحق اقتصادي بالصحافة الإماراتية كان بصحيفة الاتحاد في عام 1985 م، وكان يصدر بشكل اسبوعي بجانب الصفحات الاقتصادية وفي ذات الفترة ظهرت الصفحات الاقتصادية بصحيفة الخليج، ثم تطورت إلى ملحق يومي من أربع صفحات ملونة في بداية عام 1991 م وصل في علم 1995 م إلى اثني

عشر صفحة ، ثم بلغ ما بين عشرين إلى ثمانية وعشرين صفحة وزاد اقبال المعلنين عليها مما دفعها لاصدار ملحقين اقتصاديين في بعض الفترات ، وكذلك أحتت صحيفة البيان نقلة نوعية في صفحاتها الاقتصادية ، وفي صحيفة الاتحاد تطور القسم الاقتصادي وأصبح يصدر ملحق اقتصادي يومي مستقل من ثمان صفحات في عام 1995 م ، ثم زاد إلى ستة عشر صفحة . وما أفاد الصحافة الاقتصادية بدولة الإمارات ، كصحافة متخصصة أن نشأتها جاءت بعد أن أصبحت الصحافة المتخصصة فرعاً رئيساً في علم الصحافة له أصوله ومعارفه العلمية ونظرياته الخاصة به أي أنها بدأت وهي محددة الملامح ، فظهرت من بداياتها بشكل مؤسس وراسخ ، كذلك لعب الإعلان دوراً كبيراً في تطوير الصحافة الاقتصادية لمنطقة الخليج - كما هو معلوم - يزيد فيها النشاط الإعلاني بشكل كبير نتيجة للإزدهار الاقتصادي بها وارتفاع مستوى دخل الفرد ، وكذلك ارتفاع مستوى المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية واتجاهها لدعم جهودها التسويقية من خلال زيادة إنفاقها الاعلاني معتمدة في ذلك على وسائل الإعلام ومن بينها وأهمها الصحافة المقروءة التي ما زالت تحافظ على المعلن كعمول رئيس ، يضاف لذلك التنافسية الكبيرة بين الصحف . لكل هذه العوامل أدت إلى تطوير أساليب الممارسة الصحفية ، وزادت من كفاءتها في التغطية

**مفهوم اقتصاد المعرفة :** رغم أن الناتج الفكري الواسع، المتمثل في البحوث والدراسات التي تناولت مفهوم اقتصاد المعرفة قد زاد بشكل ملحوظ في الأونة الأخيرة ، وبرغم كثافة التداول له في التنظير العلمي المتصل بمفاهيم الاقتصاد ، إلا أنه مازال يمثل ميداناً حياً للجدل العلمي حول تحديد دلالاته العلمية القطعية ، ومازال يحتاج لمزيد من التبيين والوضوح ، إلا أن ما يمكن الجزم به ، هو إقتران المفهوم بحالة التطور العلمي والمعرفي الذي سادت العالم في عصره الراهن ، حيث أن العلم والمعرفة أصبحا يمثلان الميزتان الأساسيتان اللتان يمكن ان نصف بهما العصر الراهن بأنه عصر لا مكان فيه لمن لا يؤمن بهذه الحقيقة التي تتأكد يوماً بعد يوم ( أشيش، آورا 2002م ) . فاققتصاد المعرفة واحد من المصطلحات الجديدة التي يتم تداولها الآن بشكل كبير ، وقد قدم عدد من الباحثين والدارسين تعريفات حول هذا المصطلح ، ومنهم جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter في العشرينيات من القرن العشرين وفريدريك فون هايك Friedrich Hayek في الثلاثينيات وفريتز ماكلوب Fritz Matchup في الخمسينيات من القرن العشرين. وقد نشر ماكلوب مؤلفه الضخم سنة



1962 تحت عنوان "The Production and Distribution of Knowledge" in the United States (1962) ، ثم نشر مؤلفا من أربع مجلدات سنة 1981-1983 Knowledge : Its Creation, Distribution, and Economic Significance" (1981-1983) (بول ، ديفيد 2006م) . وأدخل عدة مفاهيم أصبحت متداولة بين الباحثين مثل عمال المعرفة، وصناعة المعرفة، وصناعة الإعلام، واقتصاد المعرفة، وقد أثر على العديد من الباحثين الذين حذوا حذوه، من أمثال بيتر دروكر Peter Drucker ، وألفين توفلر Alvin Toffler . (الدويبي ، عبد السلام 2004م ) كما عُرِف اقتصاد المعرفة أيضاً بأنه الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة، وهذا يعني أن المعرفة في هذا الاقتصاد، تشكل مكوناً أساسياً في العملية الإنتاجية كما في التسويق، وأن النمو يزداد بزيادة هذا المكون القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، باعتبارها المنصة الأساسية التي منها ينطلق الاقتصاد المبني على المعرفة ، ( صالح ، مهيبوب 2003م ) . أخيراً يمكن ان نخلص إلى أن اقتصاد المعرفة هو الاقتصاد الذي يحقق الإستخدام الأمثل للمعرفة وإستثمارها بفعالية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

**أهمية اقتصاد المعرفة :** لقد أصبح الاقتصاد المعرفي كشكل جديد ، واقعاً حياً وملموساً، وأن كان هنالك من ينظر إليه على أنه ما زال تحت التكوين والتشكل ، إلا أن الامر الذي لاخلاف عليه هو أنه الاقتصاد الذي أصبح ينمو بمعدلات سريعة ، وأنه يتفوق على الاقتصادات الأخرى كافة ، محققاً جملة من الفوائد تتمثل في ( الابراهيم ، حمد يوسف 2004م ) :

- 1- يحفز المؤسسات على التجديد والابتكار والخروج من نمطية التفكير والأداء ، ويزيد من أفق الطموح لديها . حيث أنه نشاط يقتضي إمتلاك كثير من المهارات والقدرات الخاصة .
- 2- يقوم على نشر المعرفة وتوظيفها وإنتاجها ، مما يزيد من درجة الوعي المجتمعي وينشط تفاعله مع كافة مشروعات التنمية فيه .
- 3- يحقق التبادل الإلكتروني والتفاعل الحي بين مؤسسات المجتمعات المختلفة ومؤسسات المجتمع الواحد ، ويحقق فائدة تبادل الخبرات والتجارب .

4- يحقق مخرجات ونواتج تعليمية مرغوبة وجوهرية ، الأمر الذي يرفع من كفاءة الكوادر البشرية ويجعلها في مستوى الأهلية المطلوبة ويحقق الأكتفاء من المختصين المؤهلين .

5- يعطي المستهلك ثقة أكبر وخيارات أوسع ، ذلك للمنافسة الكبيرة التي تقع بين مؤسسات الإنتاج وبحثها عن تحقيق الجودة العالية لما تقدمه من خدمات ومنتجات، لكسب المستخدم فيها ادوات إقتصاد المعرفة .

#### العلاقة بين الإعلام واقتصاد المعرفة :

تطورت وسائل الاتصال، وتعددت في السنوات الأخيرة تطورًا هائلًا بفضل التقدم العلمي ، وبفضل الثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون ، حيث أصبحت وسائل الإعلام تمارس دورًا جوهريًا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والأحداث الجارية ، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيسًا للجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية ، والثقافية ، والاجتماعية نسبة لفاعليته وانتشاره الواسع فهو - الإعلام - بقدرته على الوصول إلى كل أفراد المجتمع ، وقوته في التأثير عليهم - يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي ، بشكل عام ومستمر ، كما يمثل الإعلام عنصرًا مؤثرًا في حياة المجتمعات باعتباره أداة للتعريف بالأفكار والثقافات للأفراد والمجتمعات ، والمؤسسات ، ( نعيمة حسن ، رزوقي 2005م ) . وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، كافة ، أبعادًا جديدة زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات، يضاف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره نظم اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية ، وسياسية . ونشر كل ما من شأنه ربط المجتمعات بما يستجد في المجال العلمي والبحثي، والعمل على استثمار العقول ورعاية إبداعاتها لتعود على صاحبها وعلى وطنه بالخير الكثير، ( ختلان، زيد 2012 م ) ، من هذا المنطلق ظهر ما يسمى بالإعلام العلمي الذي يعد أحد الوسائل المهمة لنشر الثقافة العلمية، والذي يشير إلى أن دور الإعلام لا يقتصر على نشر المعلومات عن المبتكرات والاختراعات ومنجزات التقدم العلمي والتقني ، أو مخاطر وسلبيات استخدامها الردي، كما صيغ الأمر هكذا في نظرية نشر المبتكرات ، بل يتجاوز هذا إلى التأثير في الرأي العام وبناء إدراك الجمهور وتحديد سلوكياته كما صاغ ذلك منظرو الوظيفة الذين يرون أن وسائل الإعلام تقوم بوظائفها كنظم اجتماعية تؤثر في التكوينات المجتمعية المستهدفة بما تقدمه من مضامين (اسماعيل ، محمود 2003 م ) . إن "عصر المعلومات" الذي تعيشه الإنسانية اليوم ، يفرض علينا أن نتعامل مع حقائق الأشياء كما يجب أن تكون عليه ، ومن بين تلك الحقائق أن العالم أصبح في حاجة متسارعة للمنابر الإعلامية التي تعزز انفتاح كل مؤسسات المجتمع عامة أو خاصة على قضايا واهتمامات الجمهور الذي يمثل جهة الإفادة منها ، وأن تدعم

جهود التعبئة والتلاحم الاجتماعي العام ، وتقوي التفاهم والتآلف بين الفاعلين في القطاعات المتباينة وأن تتصف بمزيد من التطلع نحو التقدم والرفاه ، وترسيخ السلم والنماء الاجتماعيين، في وقت تتسارع فيه التطورات الاقتصادية والتحولات الاجتماعية التي تلقي بظلالها الكثيفة على الحياة الإنسانية وترسم معالم الغد أيضا. فالمؤسسات الإعلامية التقليدية والإلكترونية هي المعول عليها لإيصال الرسائل إلى الجماهير وتعريفهم بها وشرحها لهم في قوالب وبأساليب ووسائل تناسبهم ، فالمعلوماتية سرعت من دينامية اقتصاديات المعرفة ، الذي أصبح يلعب دوراً مهماً في عملية تنمية وتطوير المجتمعات لذا فكثير من الدول الغربية وحتى العربية أدركت العلاقة الوثيقة بين التنمية واقتصاد المعرفة أو بالأحرى العلاقة بين فاعلية النظام التربوي والتماسك الاجتماعي (معراج ، هوري 2005م) ، وهو ما يمثل أحد أهم رؤى نظرية الوظيفية التي تفترض أن وسائل الإعلام تستطيع أن تسهم بشكل فعال في صناعة اتجاهات وسلوك الجمهور المرغوب فيه من قبل القائم بالاتصال . خاصة وأن بناء المعرفة اليوم أصبح يركز على الاتصال . فالتضخم المعلوماتي وتطور البحث العلمي وظهور مجتمع الشبكات والمعارف ، (إدورد ، شتاينمولر 2005م ) .

#### تأثيرات اقتصاد المعرفة على المجتمع :

ماسقناه سابقاً يبين بجلاء أنه وبطبيعة الحال ، أن الشكل الاجتماعي والثقافي في كثير من المجتمعات سيأخذ ملامح المجتمع المعرفي الجديد ، وستنشأ منظومة قيمية غير القائمة أصلاً في كل مجتمع فالمجتمعات وإن كانت تتبع الأسواق، إلا أنها لا تواكبها في سرعتها وحركتها (فيليب، إيفانز 2004م ) ، ولا يأتي موضوع تعديلها وتشكلها على نحو متوقع وتلقائي، ومن أوضح أمثلة هذا التشكل ما نشهده، اليوم، من تريف للمدن، أو ما يمكن وصفه بالقول: مدن بلا تمدن، وفي هذه الحال يكون الإصلاح في مسارات ثلاثة كالتالي (غرايبة ، ابراهيم 2010م ) :

أ / العمل على تحديد العلاقة المطلوبة والمناسبة بين تلك الموارد والتقنيات التي يتأسس عليها اقتصاد المعرفة وبين التحولات التي تحدث في المجتمع والاستجابات الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية المتحققة وقياس مؤشراتها الإيجابية .

ب / وضع خطة لمعالجة السلبية الناتجة عن هذا التحول ، وإعادة صياغة وترتيب الأهداف والبرامج العملية التي تحقق الإصلاح ، ليتم استغلال الفرص بشكل جيد ومجابهة التحديات الجديدة الناشئة عن هذه التقنيات والموارد.

ج / تحديد معاني وكيفيات الإصلاح ، والتمييز بين الإصلاح والإخفاق، وتقييم ما تم أنجازه بالفعل، من الأهداف المحددة مسبقاً، المرتبطة باستخدام التقنية ومواردها في النشاط الاقتصادي

والتحولات الجديدة الناتجة عن ذلك ، وتقييمه في إطار ما يجب تحقيقه ، وما يفترض الإبقاء عليه ، وما يمكن التنازل عنه أو تأجيله .

والصحافة الإماراتية عليها أن تؤدي دورها في عملية التحول هذه التي تتبناها المؤسسات الرسمية ، وتخطط لها استمرارا في عملية النهضة الاقتصادية التي حققتها الدولة بشكل كبير تفوقت على كثير من الدول التي تُحسب في عداد الدول الكبرى ، حققت كل ذلك في زمن وجيز . وعليها أن تواكب بخطابها المتخصص الإتجاهات الاجتماعية والثقافية الناشئة عن تغيير انماط النشاط الاقتصادي الناشئ ، اقتصاد المعرفة وتقنياتها، يمكن تحديدها في خمس اتجاهات رئيسية هي ( صالح ميهوب 2003م) :

\* أسلوب الحياة ومهاراتها والتي تختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر وفق الإختلاف في المكونات الأساسية الخاصة بكل مجتمع .

\* المجتمعات والمدن المستقلة باعتبار الهوية الثقافية والاجتماعية التي تميز كل واحدة .

\* المكونات الحضارية التي تمثل البصمة الخاصة بالتكوين المجتمعي ، وتمثلها الفنون بكل أشكالها، النمط المعماري الآداب والشعر والرواية والرسم والموسيقى والتصميم .

\* الفلسفة والنهج العام الذي يُستقى من النمط المجتمعي الذي يسود ويحكم سلوك الأفراد وبالطبع يختلف من مجتمع لآخر .

\* الفرد باعتباره رأس مال ومحور كل تغيير يحدث في المجتمع سواء كان تغييراً جذرياً كلياً أو جزئياً محدوداً، بالإضافة لكونه هدف أساسي للتحول ولأجله يتم البحث عن التطور والتحديث وهو كذلك يبحث ويفكر في القيم الجديدة والناشئة، ( عبدالعال صالح ، محمد، 2005م ) : وتلك المتغيرة بفعل التحولات التي تجري في الأسواق والموارد .

**عوامل الاندماج في اقتصاد المعرفة** : إن التحول من اقتصاد مادي إلى اقتصاد لا مادي، يتطلب شرطان أساسيان هما إقامة بُنى تحتية تكنولوجية متطورة والاستثمار في رأس مال الفكري ( حسانة ، محي الدين 2004م ) .

أ- تكنولوجيا الإعلام والاتصال : إن تشييد بُنى تحتية تكنولوجية في إطار اقتصاد المعرفة يكون أساسا بالاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كصناعة البرمجيات وصناعة معدات الإعلام الآلي ، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساهم و بطريقة فعالة في ردم الفجوات بين البلدان النامية والبلدان المتقدمة ، كما ينبغي أيضا تعزيز استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع مراحل التعليم والتدريب وتنمية الموارد البشرية

ب - رأس المال الفكري: إن الاستثمار في رأس المال البشري يهدف إلى الحصول على ناتج أكثر من التكاليف التي يتطلبها، فرأس المال البشري يشير إلى مجموعة المعارف والمهارات والخبرات، وكل القدرات التي تمكن من زيادة إنتاجية العمل داخل المؤسسة.

ج - رعاية وتشجيع الإبداع : يتطلب البيئة الملائمة، فالدول والمجتمعات التي تتمتع بمستويات علمية عالية وعادات وتقالييد منفتحة تكون هي الأقدر على الإبداع والتقدم ، والأقدر على مواكبة التغيرات السريعة في كافة مناحي الحياة، من أجل الإندماج الإيجابي في عالم اتخذ من المعرفة والتكنولوجيا الخاصة بها مورداً اقتصادياً رئيساً .

### منهج التحليل وإجراءاته

بحسب طبيعة موضوع الدراسة ، الذي يهدف لمعرفة دور الصحافة الإماراتية اليومية في الشأن الاقتصادي، استخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون وهو المنهج الذي تتم به دراسة الموضوعات بطريقة منتظمة وموضوعية وكمية ، بهدف قياس المتغيرات (بد وآخرون 1998 م ) التي تُمثل عناصر الظاهرة المبحوثة ، وتعيين العلاقات التأثيرية القائمة بينها ، ينتقل فيه الباحث من الجزء إلى الكل ، أو من الخاص إلى العام. وهو يسير متدرجاً في التعميم حتى يصل إلى حكم عام أو . ويُعد من أنسب المناهج في دراسات الاتصال . كما استخدمت المنهج الوصفي لأنه يهتم بدراسة الحقائق المتعلقة بالظاهرة وجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها وإصدار تعميمات بشأنها ، ذلك لأنه يُحكم بقاعدتين ، التجريد لتمييز الظاهرة من حيث كمها وكيفها ، والتعميم لإصدار الحكم على الظاهرة ، وذلك بهدف وصف الواقع المتصل بالظاهرة محل البحث ، ومحاولة تحديد الوضع المثالي الذي يجب أن تكون عليه وفق معايير علمية محددة ومتفق عليها .

**مجتمع البحث :** يتكون مجتمع البحث من الملاحق والصفحات الاقتصادية في صحيفتي البيان والخليج الصادرتين في الفترة من يناير إلى ديسمبر 2010م ، وكما يتفق المختصون أن الباحث لا يستطيع أن يشمل كل أفراد المجتمع خاصة في البحوث الإعلامية نسبة لكثافة تلك المفردات لأنه يتطلب إمكانات وجهد ووقت تفوق قدرة الباحث ، لذا فقد تم إختيار عينة من هاتين الصحيفتين وذلك للتباين في السياسة التحريرية الخاصة بكل واحدة .

**عينة البحث :** نظراً لضخامة مجتمع البحث بدرجة تحول دون الإحاطة به بشكل كلي كما ذكرنا كما أن دراسة كافة مفردات المجتمع لا تعني بالضرورة مصداقية أكبر لنتائج البحث ( الوقائي ، 1998 م )، لجأت الباحثة لإستخدام نظام العينات ، تحديدا العينة العمدية من المجتمع الكلي للبحث لتقوم بدراستها وتحليلها وبالتالي إستخلاص النتائج وتعميمها ، حيث اختارت 4 أعداد من كل

صحيفة من صحف الدراسة تمثل الأعداد الصادرة أيام 1، 10، 20، 30 من كل شهر لمدة عام أي بواقع 4 أعداد من كل شهر فبلغ مجموع المفردات 48 مفردة من كل صحيفة في فترة الدراسة فيصبح العدد الكلي 96 عدداً من صحف الدراسة انحصرت فيها الدراسة على المحتوى الاقتصادي استخدمت فيها الباحثة المسح بالعينة بدلاً عن المسح الشامل ، ومن المعروف إن الحجم الأمثل للعينة لا إتفاق عليه وهناك من يرى أن التفاوت في أحجام العينات لا يعنى تفاوتاً في النتائج ، ( الوقائي 1989 م ) خاصة في بحوث تحليل المحتوى ، وحدد بعض المختصين مجموعة من العوامل التي يتوقف عليها إختيار العينة منها

- مدى التجانس بين مفردات العينة
  - وبالنسبة للصحافة أيضاً يتعلق الأمر بدورية الصدور ، حيث أنه في حال الدورية المتباعدة يكون إختيار حجم كبير للعينة يحقق أكثر دقة في النتائج .
  - كذلك عدد الصفحات يؤثر في تحديد حجم العينة ، باعتبار العلاقة بين عدد الصفحات وحجم التغطية ، وهي علاقة طردية .
  - أيضاً تكرر تناول موضوع الدراسة في الصحف المبحوثة ، فكلما زاد التكرار كان تمثيل حجم صغير من العينة مقبولاً . وإنطلاقاً من هذه المؤشرات ، حسب معرفة الباحثة بطبيعة الصحف المختارة للدراسة ومدى التجانس بينها ، تم تحديد العينة بالشكل الذي أشرنا إليه .
- أدوات جمع المعلومات :** بما ان الدراسة ، دراسة تحليلية تهتم برصد ووصف وتحليل المحتوى الاقتصادي بقوالبه المختلفة ، فإن أداة تحليل المضمون هي الأداة الرئيسة في جمع المعلومات والبيانات حتى يتحقق تكامل وتنظيم خطوات الوصف والتحليل ليتسم بالشمولية والدقة كما وكيفا للظاهرة التي تمثل موضوع البحث ومعرفة ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ ومقارنة العناصر المكونة لها وتحديد علاقاتها التأثيرية ، كما انها أداة لملاحظة وتحليل السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال ( بد وآخرون 1998 م ) .

**وحدات التحليل :** استخدمت الباحثة وحدة الموضوع ( الوحدة الطبيعية ) كوحدة معيارية في تحليل المحتوى وتبيين الدلالات الإحصائية في إرتباطات العناصر والفئات المختلفة وهي الوحدة التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية في تقديم محتواه من خلالها للجمهور المتلقي .

**فئات التحليل :** من واقع طبيعة موضوع الدراسة ، وحسب المشكلة التي يحاول البحث معالجتها ، يأتي تحديد تصنيفات محددة ، يختارها الباحث لأجل تحويل المحتوى المبحوث إلى أرقام وتكرارات يسهل رصدها وعددها وقياسها وتحليلها ، ومن ثم تحديد المفاهيم والدلالات التي تشير إليها ، ذلك

وفقاً لنسق منطقي معين ، ويقوم تحليل المضمون كما ذكرنا آنفاً على دراسة فئات او تصنيفات تتعلق بشكل المحتوى ، واخرى تهتم بجانب المضمون ، يتم من خلالها وصف المضمون وتحليله بدرجة من الشمولية والموضوعية بُغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة .

**أولاً فئات الشكل :** وتعني بها الباحثة فئات الشكل التحريري الذي تناولت به صف الدراسة المحتوى الاقتصادي في فترة الدراسة ، وكما هو معلوم فإن الشكل التحريري الذي يختاره الصحفي له أثر كبير على قارئه ومقرئيه الصحف ، وفي ذات الوقت يُحدد مدى مهارة المحرر في إختيار الشكل التحريري الذي يناسب كل موضوع حتى يحقق وظيفته. وقد حددت الباحثة فئات الشكل في: **الخبر** ، ونعني به تقديم المعلومات المفيدة والكافية والجديدة عن حدث يهم أكبر نسبة من الجمهور لارتباطه بمصالحه العامة .

**التقرير**، هو فن يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي ، ويقدم مجموعة من الحقائق والمعلومات حول الوقائع في حركتها الديناميكية و يتميز بالحيوية والحركة ولا يقتصر على الجوانب الرئيسة في الاحداث كما الخبر، بل يتضمن وصف الزمان والمكان والاشخاص وكل الظروف المرتبطة بالحدث .

**المقال** ، هو اداة تستخدمها الصحافة لتعبر بها عن السياسة التحريرية بشكل مباشر، و عن اراء بعض كتاب الصحيفة حول الاحداث والقضايا التي تقع يوميا في المجتمع وتشغل الراي العام المحلي او الدولي ، ولا يقتصر المقال على شرح وتفسير الاحداث والتعليق عليها انما يمكن ان يطرح في بعض الاحيان فكرة جديدة ، او تصور مبتكر او رؤية خاصة يمكن ان تمثل في حد ذاتها قضية تشغل الراي العام .اذا كان لها علاقة بمصالح الجمهور او مثيرة لاهتماماتهم .

**الحديث**، هو أحد الفنون الصحفية التي تعتمد الحوار واللقاء والمقابلة الصحفية مع شخصية مختصة بمجال ما ، أو شخص كان شاهدا على حدث ما ، وهو حديث غالبا ما يكون ثنائيا بين صحفي وشخصية معينة ،أوبين صحفي ومجموعه ممن تجمعهم قضية أو ظاهرة ، أو مجموعة صحفيين مع شخصية بارزة ، ويُعد الحديث الصحفي من اكثر الفنون الصحفية جذبا للقارئ.

**التحقيق** ، وهو فن لشرح وتفسير الفكرة التي يتضمنها الخبر والبحث عن أسبابها ودواعيها ومعرفة العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والفكرية التي أدت لوقوع الخبر أو تتعلق بقضية التحقيق **فئة المساحة :** وتقصدها الباحثة المساحة التي حُصصت للمحتوى الصحفي في صحيفتي الدراسة مقارنة بالمساحة الكلية ، وهي تقاس بالسنتيمتر المربع لكل العناصر المكونة للمحتوى الاقتصادي من متون وعناوين وصور ورسوم واطارات ...الخ .

**فئة الموقع :** وتشير إلى موقع المادة من الصفحة ، حيث أن موقع المادة له دلالة في تحديد أهميته ووزنه بالنسبة للمواد الأخرى ، وصنفتها الباحثة إلى

أعلى يمين الصفحة .

أعلى يسار الصفحة .

وسط الصفحة .

أسفل الصفحة .

**فئة الصورة الصحفية :** أصبحت الصورة تمثل عنصراً تبيوграфياً مهماً في صحافة اليوم بل في بعض الأحوال تمثل موضوعاً صحفياً كاملاً قائماً بذاته وليست فقط إضافة للنص، فهي تعمل على إبراز الموضوع الصحفي وإكسابه مزيداً من الوضوح والمصداقية ، واستخدمت الباحثة هذه الفئة وصنفتها إلى :

وجود الصورة مع موضوع.

وجود صورة منفصلة تعبر عن موضوع كامل ، مصحوبة بتعليق فقط .

عدم وجود صورة .

**فئة الرسوم :** غالباً ماتحتوى المادة الصحفية التي تتناول الاقتصاد بيانات وإحصاءات وأرقام ، قد يصعب على القارئ العادي فهمها إذا صيغت نصياً ، وحتى يسأل فهمها يستخدم الكاتب الرسوم البيانية لتمثيل تلك الحقائق بصرياً للبيانات الرقمية بحيث توضح العلاقة الكمية أو النسبة بين وحدات تلك البيانات ، فالرسوم البيانية أداة تبسط فهم الأرقام وتسهل التعامل معها ، فكل ماكانت قدرات الصحفي عالية في استخدامها كلما كان أقدر على تحقيق هدف النشر ، وهي أيضاً تخدم البعد التحليلي للمحتوى المبحوث ، وصنفتها الباحثة إلى :

استخدام رسوم مع النص .

عدم استخدام رسوم .

**ثانياً فئات المحتوى ( ماذا قيل ) :**

وهي الفئات التي تسعى الباحثة من خلالها للتعرف على الخصائص والدلالات الخاصة بمحتوى المادة الصحفية المتصلة بموضوع البحث والتي تم تناولها في الوحدة الطبيعية ، وتعرف اجرائياً بأنها المحتويات الاقتصادية بصيفتي الدراسة ، وتم تصنيف هذه الفئات إلى الآتي :

**فئة مجال المشروعات الاقتصادية :** ويقصد بها فئة مجال المشروع الاقتصادي الذي تم تناوله من

خلال صحيفتي الدراسة ، وقد رصدت الباحثة عدد من المجالات تمثلت في الآتي :



- المجال التجاري .
- مجال السياحة .
- مجال البترول والطاقة .
- مجال العقارات .
- مجال الصناعات .
- مجال البورصة .
- مجال الاستثمار بشقيه .
- مجال الخدمات العامة .
- مجال الاتصالات .
- مجال التأمين .
- مجال المصارف والبنوك .
- مجال الزراعة .

مجالات أخرى كل نشاط اقتصادي غير البنود المذكورة .

**فئة الجهات:** وتعني به الباحثة جهة ملكية المؤسسة أو المشروع الاقتصادي الذي يمثل محتوى النشر الصحفي وصنفتها الباحثة إلى :

- مؤسسة أو مشروع حكومي . أي تلك التي تملكها وتمولها الدولة ومايتفرع عنها من أنشطة ومنتجات .
- مؤسسة أو مشروع شراكة .وهي مؤسسات ومشروعات تقوم كشركات مساهمة بين رأس مال الدولة ، ورأس المال الخاص لأفراد أو مؤسسات .
- مؤسسة أو مشروع خاص .هي المؤسسات والمشروعات ذات الملكية الخاصة تُنشأ وتمول برأس مال خاص لأفراد أو جماعات .
- مؤسسة ومشروعات القطاع العام ،وهي المؤسسات والمشروعات التي تعبر عن سياسات الدولة ، وتتولى أدوارالتوجيه بعمليات كيفية الترشيح الاقتصادي والرقابة على النشاط الاقتصادي العام ،لأجل تحقيق المصلحة العامة للمجتمع دون الاقتصاد على تحقيق الربح.

**فئة أهداف النشر:** التي عمدت إليها الصحيفة في تناولها للمحتوى وقسمتها الباحثة إلى:

\* هدف إخباري ، أي قصد إعلام الجمهور المستهدف بالتطورات الحادثة في الميدان الاقتصادي من حيث الكم والنوع وذلك باستخدام القالب الخبري .

- هدف تعليمي إرشادي ، وتقصد به وظيفة تعليم الأفراد وإرشادهم لكيفية الإسهام بادوار إيجابية والمشاركة الفاعلة في النهضة الاقتصادية ومشروعاتها وتحولاتها إلى اقتصاد معرفي
- هدف تحليلي بقصد التعرف على الأسباب والعوامل التي تؤثر في نجاح او فشل المشروعات الاقتصادية وكيفية استخدام الموارد البديلة التي تدخل في عمليات الإنتاج الاقتصادي القائم على المعرفة .

- أخرى : ويقصد بها كل هدف خارج نطاق ما ذكر .

**فئة الإتجاه :** وتعني بها الباحثة إتجاهات الصحيفتين في تناول ونشر المحتوى الاقتصادي وقسمت إلى :

- إتجاه إيجابي .
- إتجاه سلبي .
- محايد

**فئة المصدر:** وتعني بها الباحثة المصادر التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في جلب الأخبار والمعلومات المتصلة بموضوع البحث وتشمل هذه الفئة من تُنسب إليهم المعلومات والأقوال والأخبار المذكورة في محتوى الدراسة وصُنفت إلى :

- المصادر الذاتية للصحيفتين ( صحفي ، مندوب ، مراسل ) .
- وكالة الأنباء الإماراتية ( وام ) .
- وكالات عربية .
- وكالات أجنبية .
- مختصون .
- قراء .
- مصدر مجهول .
- مصادر اخرى .

**فئة مكان التغطية :** وتقصد بها الباحثة مكان المشروع الاقتصادي الذي تم تناوله من خلال صحف الدراسة ، وذلك لأجل التعرف على إتجاهات الصحف المبحوثة في الأهمية التي توليها للمشروع حسب موقعه، فكما هو متفق عليه فإن النشاط الاقتصادي أمر متداخل على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية بحيث لا يمكن إلغاء تأثيرات كل واحد على الآخر ، وتم تحديد تصنيفات هذه الفئة في الآتي :

- محلي أي المشروعات المتصلة بالشان المحلي لدولة الإمارات .
- الإقليمي ويشمل المشروعات على مستوى المنطقة الخليجية والمنطقة العربية عامة .
- عالمي المشروعات ذات الطابع الدولي .
- متعدد أي الذي لا يقع تحت التصنيفات السابقة .

**فئة اللغة :** وتعني بها مدى وضوح المصطلحات والألفاظ المستخدمة في المحتوى محل البحث .

**فئة الأسلوب :** وتقصد بها اباحثة مدى وضوح الأسلوب وسهولة العبارات والألفاظ وبعدها عن التعقيد الذي يصعب معه فهمها للعامة ، وهو أمر مهم باعتبار تنوع فئات الجمهور المستهدفة بالموضوع وتباين مستوياتهم التعليمية والثقافية ، فمهارة الصحفي في اختيار الأسلوب الذي يناسبه في صياغة مادته الصحفية لها أثر كبير في تحقيق هدف النشر ولتحديد ذلك تم النظر في :

**أ / صياغة العنوان والمتمن :** فالعنوان هو بوابة الدخول إلى الموضوع ، كما انها موضع تحقيق جذب الجمهور وتشويقه له ، فلا بد أن يكون واضحاً وجذاباً ومتسقاً مع النص الصحفي، وحتى يكون كذلك فلا بد أن يشمل أهم حقيقة في الخبر او الموضوع الصحفي ويشير إلى أكثر النقاط إثارة فيهما وان يجيب على الأقل على إحدى الأسئلة الستة كما يجب أن يكون دالاً على معنى مفيد .

**ب / مقدمة الخبر:** تمثل مقدمة الخبر أو الموضوع الصحفي مكوناً أساسياً في بناء القالب الفني المستخدم في الكتابة الصحفية ، وكما قيل تشبه مقدمة الموضوع الصحفي واجهة المتجر فإذا كانت الواجهة جذابة حققت نسبة عالية في إقبال الجمهور وتفاعلهم مع الموضوع والعكس صحيح .

وتُوصف المقدمة بالجيدة إذا تضمنت أهم عناصر القصة الخبرية ، وأنها مختصرة لا تطويل بها ، وتجب بوضوح على الأسئلة الستة وأنها متميزة تبعد عن التكرار .

**ج / الإلتزام بلغة الصحافة :** الكتابة الصحفية لغة خاصة تجمع بين بعض خواص اللغة الأدبية من حيث استخدام المحسنات اللفظية وبعض خواص اللغة العلمية باعتمادها على الحقائق ، خاصة فيما يتعلق بالمجال الاقتصادي الذي تكثر فيه الإحصاءات والأرقام ، حتى تكون لغة بسيطة سهلة الفهم ، ويتحقق ذلك استخدمت تراكيب والفاظ بسيطة غير معقدة ومتداولة غير غريبة ، استخدام الفعل المبني للمعلوم ، الإبتعاد عن الجمل والمفردات الطويلة .

**الصدق :** يُعد من الأمور المهمة في إجراءات البحث العلمي ، ويُقصد به اختبار صدق اداة جمع المعلومات والبيانات، ومدى قدرتها على ان تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطة الدراسة مع الحقائق الموضوعية ووسائل تحقيق الصدق تتمثل في الاتي :

**الهيئة التجميعية** : وتعد امتداداً لطريقة الصدق الظاهرة او المنطق حيث يطلب من بعض الخبراء الحكم على اجزاء من المنهج، مثل اختبار وتعريف المتغيرات واساليب القياس.

**اسلوب الجماعة المعروفة** :التي تستخدم الاتجاهات المعروفة والسمات كمجموعة اكثر من اعتمادها على خبراتها.اعتمدت الباحثة على هذا النوع من وسائل تقدير الصدق، حيث عرضت استمارة التحليل على هيئة محكمين<sup>1</sup> لتحكيمها منهجياً ومعرفياً كما اعتمدت على الصدق الظاهري او المنطق للأسباب الآتية :

• تاکدت الباحثة ان اداة جمع البيانات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية.

• كفاية تمثيل العينة وشمولها وتمثيلها لمجتمع البحث بعد اجراء التحليل المبدئي .

• التعريف مفاهيمياً وإجرائياً بالوحدات والفئات والتأكد من ايائها باحتياجات البحث واهدافه .

**الثبات** : يعني القدرة على التكرار والاعادة مع تحقيق نتائج متسقة ، والثبات هو ان يحصل الباحث عند القياس على ذات النتائج اذا ما استخدم ذات الاساليب على نفس المواد الصحفية ، وتسعى عملية الثبات في تحليل المضمون الي التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين الآتيين :

1 - الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: ويقصد به ضرورة توصل كل منهم الي ذات النتائج، بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون.

2 - الاتساق الزمني: ويعني ضرورة توصل الباحث الي نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، إذا جرى التحليل في اوقات مختلفة. وقد اعتمدت الباحثة على النوعين لتحليل مضمون صحيفتي البيان والخليج الإماراتيتين باتباع طريقة ويمرو ومينك ، للترميز ، حسب المعادلة التالية :

$$\text{الثبات (Reliability)} = 2M$$

$$\frac{N1+N2}{2}$$

1 . د صلاح محمد ابراهيم ، عميد كلية الإعلام و استاذ الصحافة ، جامعة العلوم الطبية والتكنولوجية . السودان ، الخرطوم

2 - أ . د محي الدين تيتاوي ، استاذ الصحافة ، العميد الأسبق لكلية الإعلام ، جامعة امدرمان الإسلامية .

3 - أ . د عثمان سراج الدين ، استاذ علم الاجتماع ، كلية الإعلام جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا .

3 - د أمل نبيل بدر ، استاذ مساعد بكلية الإعلام ، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا .

5 - د . خالد خلف الله سليمان . استاذ مساعد ، كلية الإعلام ، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا .

وترمز M في المعادلة إلى عدد قرارات الترميز التي اتفق عليها من قبل المرمرزيين . وقد قام اثنين منهم بتحليل 20 وحدة من الصحفيتين من غير عينة البحث وقد تم الإتفاق على 18 فئة وعليه فتم تطبيق معادلة الترميز كالتالي :

$$2 \times 18$$

$$\%90 = \quad 40 \div 36 \quad = \quad \frac{\quad}{20+20}$$

وهي نسبة تُبين أن أداة القياس قابلة للتطبيق، استخدمتها الباحثة في المعالجة الإحصائية للبيانات والمعلومات الخاصة بموضوع البحث وفقاً للآتي :

\* جداول رصد التكرارات والنسب المئوية، ذلك بغرض تحديد خارطة إحصائية توضح تغطية صفح الدراسة لفئات ووحدات المحتوى لمبحوث .

\* استخدام إختبار ( t- test ) بهدف عقد مقارنة بين الصحفيتين في تناولهما لموضوع الدراسة وأشكال التغطية في كل واحدة .

**التحليل الإحصائي للبيانات :**

كما بيّننا فإن هذه الدراسة تسعى لتحقيق جملة من الأهداف من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة البحثية ، من خلال رصد وتحليل المضمون المبحوث في صفح الدراسة باستخدام الفئات التي تم تحديدها حسب استمارة التحليل التي صُممت لهذا الغرض . وقد بلغ عدد الفئات الكلي 1893 فئة موزعة على الصحفيتين كالتالي 1021 مادة تحريرية بصحيفة البيان ، و 872 مادة تحريرية بصحيفة الخليج ، وقد جاءت نتائج التحليل الإحصائي كما هو مبين بالجدول التالي :

**جدول رقم (1) يُبين الأشكال التحريرية في صفح الدراسة**

المجموع		الخليج		البيان		القالب التحريري
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%57.8	882	%56.8	395	%58.5	487	الخبر
%35.3	75	%29.6	32	%43.2	43	المقال
%42.5	692	%40.7	322	%47.6	370	التقرير

حديث	8	%13.9	9	%12.3	17	%13.2
تحقيق	13	%17.4	14	%18.2	27	%17.5
المجموع	1893	%100	872	%100	1803	%100

من الجدول السابق يتبين أن المادة الخبرية، أخذت حيزاً كبيراً في تغطية صحف الدراسة لمادة البحث حيث بلغت النسبة المتوسطة لقالب الخبر الصحفي 85% من النسبة الكلية للتغطية، وتقاربت نسبته بين الصحيفتين، ولعل ذلك يرجع إلى ان الخبر يمثل أساس الكتابة الصحفية لكافة القوالب الأخرى، بالإضافة إلى ذلك فإن المحتوى الاقتصادي محتوى تجريدي غالباً يتصل بحقائق وأرقام واحصاءات يكون دخول الرأي فيها ضعيفاً مقارنة بالمحتويات الأخرى، على الرغم من أن الدراسة تركز على الأدوار التي لعبتها صحف الدراسة في الاهتمام بتنقيف المجتمع بالاقتصاد المعرفي وكيفية تقديم الآراء والأفكار التي تخدم هذه الأدوار. إلا أن التغطية المتصلة بهذا الأمر لم تخرج عن كونها إخبارية بالدرجة الأولى وضعفت التغطية التفسيرية، يضاف لذلك أيضاً أن المحتوى الاقتصادي غالباً ما تكون مصادره المكاتب الإعلامية بالمؤسسات المعنية بالشأن الاقتصادي. تلى ذلك قالب التقرير الصحفي ويُعد مكملاً للخبر ويناسب المادة الاقتصادية التي تحتاج مزيد من التفاصيل والمعلومات التكميلية. جاء في المرتبة الثالثة المقالات والأعمدة الصحفية وهي المادة التي يكتبها إما الصحفيون الاقتصاديون المحترفون العاملون بصحف الدراسة أو كتاب راتبون غير صحفيين مهتمين بالنشاط الاقتصادي يقدمون من خلالها رؤية ووجهة نظر تتعلق بتحولات الاقتصاد الإماراتي إلى اقتصاد معرفي وتحديد تأثيرات ذلك على المصالح العامة للدولة وبالتالي انعكاسه على مصالح الأفراد. أما التحقيقات والحوارات فقد مثلت المرتبة الأخيرة وبنسب ضعيفة وهي نتيجة يُمكن أن تفسر بسبب ضعف الكادر الصحفي المتخصص في الميدان الاقتصادي وكما هو متفق عليه فإن إجراء التحقيقات والحوارات الصحفية تحتاج مهارة خاصة تختلف عن المهارات المطلوبة في كتابة القوالب الأخرى، كما أن التعامل مع المضامين الاقتصادية يحتاج تخصصية ومعرفة متعمقة، أي أنها لاتخضع لوجهات النظر الخاصة بشكل مطلق. وقد بلغ مربع كاي 2657.926 بدرجات حرية 4 ومستوى دلالة  $a >_ 0.05$  مما يدل على ان هناك فرق ذو دلالة إحصائية في الأشكال

التحريرية المستخدمة في تغطية الصحف المبحوثة للمضامين الاقتصادية ، ويشير ذلك أيضاً إلى عدم توازن في استخدام الأشكال الصحفية حيث طغى الشكل الخبري على باقي فنون الكتابة الصحفية الاخرى ما يقلل التحليل والتفسير والاستنتاج وهو أمر مهم في تغيير اتجاهات الجمهور وتحقيق قناعاتهم بهدف القائم بالاتصال .

جدول رقم ( 2 ) يُبين موقع المادة من الصفحة

المجموع		الخليج		البيان		الموقع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%89.1	1634	%52.7	565	%63.7	689	أعلى يمين الصفحة
%20.9	561	%17.6	224	%22.1	347	وسط
%13.8	323	%11.2	164	%17.6	159	أعلى يسار الصفحة
%5.9	284	%4.2	122	%6.7	162	أخرى
%100	1893	%56.9	1075	%71.7	1357	المجموع / النسبة

جدول (2) يفصل موقع مادة اقتصاد المعرفة من الصفحة في صحف الدراسة ، وفيه نجد أن الاهتمام بإبراز المادة الخاصة بتحويلات دولة الإمارات العربية إلى الاقتصاد المعرفي كان عالياً حسب ما تشير إليه النسب الخاصة بمواقع تلك المواد التي تعكس أن موقع اعلى يمين الصفحة حاز على أعلى نسبة في الصحيفتين البالغة في متوسطها 52.3% ، وتفوقت صحيفة البيان على صحيفة الخليج في استخدام هذا الموقع ، والذي يدل استخدامه على تعمد إبراز محتواه ، حسب ما أكدته بحوث القارئ والمقروئية التي أثبتت أن أهم موقع على الصفحة هو هذا الموقع ، ثم جاء استخدام أعلى يسار الصفحة في المرتبة الثانية وهو الموقع الذي يلي سابقه مباشرة من حيث الأهمية وقد تم نشر المحتوى به بنسبة كبيرة ، تلاه موقع وسط الصفحة والصفحات الداخلية بنسب أقل ويمكن أن نستنتج من ذلك أن الصحافة الإماراتية كانت تعي أهمية وضرورة الاهتمام باستخدام

مواقع أكثر إبرزاً لنشر محتوى الدراسة ، ما يشير إلى أنها كانت تتعمد أن يؤثر هذا المحتوى في القارئ ويعدل سلوكه واتجاهه ومعارفه ، وبالتالي يستطيع أن يلعب الدور المطلوب تجاه هذه القضية

### جدول رقم (3) يُبين استخدام المصطلحات وشرحها

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة	التكرار	استخدام المصطلح
0.002	2	2648.380	%67.3	1274	لم يرد مصطلح
			%9.6	181	ورد بشرحه كاملاً
			%0	-	ورد دون شرح
			%5.1	97	ورد بشرح غير وسط
			%18.0	341	ورد بشرح غير واف
			%100	1893	المجموع

الجدول أعلاه ، يتعلق باللغة المستخدمة في المعالجة الصحفية للمحتوى الاقتصادي في صحيفتي الدراسة ، وبشكل خاص يهتم بتبيين مدى وضوح المصطلحات المستخدمة في المحتويات المختلفة التي نُشرت في فترة البحث ، باعتبار أن وضوح المصطلحات يُسهم بشكل أساسي في فهم المادة الصحفية وفي إيصال المعنى المقصود من قبل القائم بالاتصال . واتضح من خلاله أن هناك تباين في استخدام المصطلحات الاقتصادية بالنسبة للصحيفتين ، إلا أن مانسبته %57.9 من المادة التحريرية بالصحيفتين لم تستخدم مصطلحات أصلاً ، وإن %7.2 من المصطلحات التي وردت بصحيفة البيان قد تم شرحها بشكل كامل حتى يسهل فهمها ودلالاتها . أما صحيفة الخليج فقد شرحت %5.8 من المصطلحات الواردة بالمحتوى الاقتصادي المحرر بصفحاتها في فترة الدراسة . وقد بلغ مربع كاي 2648.380 ، وبدرجة حرية 2 وفرق دال احصائياً عند 0.05 . مما يوضح التباين في شرح المصطلحات بين الصحيفتين . والدلالة العامة التي يُمكن استنتاجها من تلك الاحصاءات هي أن صحف الدراسة لم تميل لاستخدام المصطلحات بشكل كبير ، ويعود ذلك إلى



ان القالب الخبري هو الذي ساد في تغطيتها للموضوع المبحوث ، الأمر الذي يبين أن العبارات والكلمات البسيطة هي التي سادت في المضمون محل البحث .

#### جدول رقم (4) يُبين استخدام الصورة في المحتوى المبحوث

دالة	مربع كاي	الشكل التحريري						استخدام الصورة
		تحقيق	حديث	عمود	تقرير	مقال	خبر	
0.001	2276.483	27	31	42	357	147	497	تم استخدامها
		%95	%100	%74	%54	%82	%43	
		2	-	24	241	63	513	لم تستخدم
		%5		%26	%46	%12	%35	
							1893	المجموع
							%100	

خُصص الجدول أعلاه للوقوف على مدى اعتماد صحيفتي الدراسة استخدام الصورة في المحتوى الاقتصادي ، وكما هو متفق عليه أن الصورة تُمثل عنصراً تيبوغرافياً هاماً في الصحافة ، وزادت أهميتها مع التطورات التي وفرتها التقنيات الحديثة في مجال التصوير الفوتوغرافي الرقمي، واستخدام الصورة يحقق مزيداً من الوضوح والمصداقية والموثوقية للمادة الصحفية فضلاً ، عن تبين كثير من المعاني التي قد لا يفهمها القارئ العادي ، ومن خلال الجدول يتضح ان الصحف الإماراتية المبحوثة اهتمت باستخدام هذا العنصر في كل القوالب التي نشرت من خلالها المحتوى الاقتصادي ما يدل على اهتمامها بإيضاحه وتركيزه ليجظى باهتمام أكبر نسبة من القراء . وقد تبينت استخداماتها للصور على مستوى المواد التحريرية حيث بلغت قيمة مربع كاي 2276.483 بفرق دال احصائياً 0.05 ، فنجد أن الحديث والتحقيق كانت أكثر القوالب التي استخدمت الصورة

الصحفية وسيلة للإبراز والتوضيح . وتباينت نسب الاستخدام بين القوالب الأخرى وعلى مستوى الصحيفتين كذلك .

#### جدول رقم (5) استخدام الجداول والرسوم البيانية

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة	التكرار	مجال المحتوى الاقتصادي
0.05	1	116.1984	%43.7	795	توجد رسومات
			%46.3	1098	لا توجد رسومات
			%100	1893	المجموع

كما بيّنا في الجانب النظري لهذا البحث ، أن المضمون الاقتصادي يعتمد كثيراً على الأرقام والاحصاءات ، ولكي تتضح دلالة تلك الرقام تحتاج لأن تُرفق برسومات توضيحية وبيانية حتى يسهل فهمها ورسوخها في ذهن القارئ ، لذا نجد أن الصحيفتين - وحسب ما يبين الجدول أعلاه - قد اهتمتا باستخدام الرسوم خاصة البيانية التي توضح منحنيات النمو أو التذني في معدلات النهضة الاقتصادية أو في قياس نجاح المشروعات ، وتعد نسبة استخدام هذه الرسوم مقبولة لحد كبير ، حيث بلغ متوسطها %43.6 إذا ما قُرأت مع طغيان الشكل الخبري على المحتوى المبحوث وضعف مواد التحليل والتفسير كالتحقيقات والأحاديث الصحفية .

#### جدول رقم (6) يُبين الأسلوب والصياغة للمحتوى المبحوث

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة	التكرار	مستوى ضبط الاسلوب
			%21.15	305	مرتفع جدا
			%28.7	419	مرتفع
			%41.3	738	متوسط
			%32.4	412	ضعيف

0.05	3		%2.7	19	ضعيف جداً
			%100	1893	المجموع

يهتم الجدول أعلاه بإخضاع محتوى البحث إلى قياسات تتعلق بتقييم أسلوب تناول الصحفي في فترة البحث ، ويتبين من الجدول ، أن الأسلوب والصيغة كانت جيدة في في متوسط نسبتها ، وأن أسلوب المعالجة تباين بين الصحيفتين كما يشير مربع كاي بأن هناك فروق ذات دلالة احصائية عند 0.05، ويمكن أن يرجع ذلك إلى الفروقات بين صحيفتي الدراسة من حيث المهارة الأسلوبية الخاصة بالكادر العامل بكل منهما ، كما يمكن أن يكون سبب تلك الفروقات يرجع لاختلاف مراحل ومواقع المراجعة التي يمر بها المحتوى الصحفي في كل من الصحيفتين ، إلا أن النتيجة العامة تدل على جودة الأسلوب الذي يكتب به المضمون الاقتصادي في مستواه العام ، سواء على مستوى صياغة العنوان ومدى إلتزامه بالشروط العلمية لكتابة العنوان الجيد التي حددها المختصون وكذلك على مستوى المقدمات والمتون التي استخدمت في تغطية الصحيفتين لموضوع البحث .

#### جدول رقم (7) يُبين المصادر التي اعتمدت عليها صحف الدراسة

المجموع		الخليج		البيان		المصدر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%21.3	404	%10.4	197	%23.6	207	صحفيين
%10.4	196	%5.4	103	%5.2	93	وكالة أنباء إماراتية
%4.0	75	%2.5	48	%1.4	27	وكالات أنباء عربية
%5.02	95	%2.8	53	%2.2	42	وكالات أنباء خليجية
%4.07	77	%2.4	46	%1.6	31	متخصصون
%7.1	135	%3.9	74	%3.2	61	غير محدد

%0.2	3	%0.2	3	%0	-	أخرى
%100	1893	%27.7	524	%24.4	461	المجموع / النسبة

الخارطة الإحصائية للجدول أعلاه ، المختصة ببيان توزيعات المادة الصحفية المبحوثة حسب مصادرها المنسوبة إليها ، نلاحظ فيه أنّ المصادر الذاتية ، هي المصادر الأساسية التي اعتمدها الصحف في استقاء أخبارها ، وهذا امر له إيجابيته في العمل الصحفي حيث انه يحقق نسبة من المصدقية في المحتوى الصحفي ، ثم جاءت وكالة الأنباء الإماراتية في المرتبة الثانية باعتبارها المصدر الرسمي الذي تعمد عليه وسائل الإعلام بالدولة في الحصول على المعلومات الرسمية المعتمدة ، خاصة ما يتعلق بالحقائق والبيانات والأرقام ، نلاحظ كذلك أنّ الصحيفتين استخدمت الأنواع المختلفة من المصادر الداخلية الخاصة بها والمصادر الخارجية المختلفة ما حقق تنوعاً في المحتوى الصحفي المبحوث . أما نسبة المصادر غير المحددة فقد جاءت في المرتبة الثالثة وترى الباحثة أنّ ذلك يعود إلى أنّ المادة الاقتصادية تؤخذ غالباً من المصادر الرسمية المعنية بالمجال الاقتصادي ، أو أنها تمثل إحدى أشكال الخدمات التي تقدمها الصحيفة للمعلنين . وضعفت نسبة الاعتماد على المصادر الخارجية ، سواء كانت اقليمية أو عالمية ، ويعود ذلك إلى أنّ النشاط الاقتصادي عادة مبني على حقائق المشروعات الوطنية بالدرجة الأولى مما يجعل محتوياته تستقى من مصادر داخلية حتى تكون أكثر ارتباطاً بالواقع واتصالاً بالداخل ، أيضاً يُحمد للحصص الإماراتية ذلك باعتباره دليلاً على الوفرة المعلوماتية الخاصة بالمصادر الذاتية مما يغنيها عن الاعتماد على مصادر خارجية .

### جدول رقم ( 8 ) يُبين البعد الجغرافي للمحتوى الاقتصادي المبحوث

المجموع		الخليج		البيان		جغرافية المحتوى
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

89.1%	1634	52.7%	765	63.7%	869	إماراتي
20.9%	394	17.6%	211	22.1%	183	خليجي
13.8%	261	11.2%	134	17.6%	127	عربي
36.2%	685	21.3%	287	25.2%	398	دولي
5.9%	112	4.2%	43	6.7%	69	أخرى
			76.1%	86.9%	1646	المجموع / النسبة

حسب ما يحصيه الجدول أعلاه مما يتعلق بالتوزيع الجغرافي للمحتوى المغطى من قبل صفح الدراسة ، نجد أن المحتوى الإماراتي كان هو الأغلب حيث بلغت نسبته 63.7% في المركز الأول ويعكس ذلك أن المشروعات الاقتصادية الوطنية توليها الصحافة إهتماماً خاصاً ، ويمثل أولوية في أجندة اهتمامها بالمجال الاقتصادي ، ثم يأتي البعد الدولي في المرتبة الثانية وكما هو معلوم فإن دولة الإمارات حققت إنفتاحاً كبيراً على العالم فيما يتصل بالمجال الاقتصادي ، وفتحت آفاق دولية واسعة للتعاملات الاقتصادية سواءً على مستوى الاستثمارات أو على مستوى العلاقات الاقتصادية والتبادل التجاري ، لذا كان طبيعياً ان يأتي البعد الجغرافي الدولي سابقاً للبعد الإقليمي سواء على مستوى الخليج أو على مستوى المنطقة العربية ككل ، مع أن البعد الاقليمي كان حاضراً في تناول والمعالجة الصحفية الخاصة بالقطاع الاقتصادي ، في الصحف التي مثلت عينة البحث وبين الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الصحيفتين في جغرافية موضوعات التغطية المعنية بموضوع الدراسة .

#### جدول رقم (9) يبين طبيعة القطاعات الاقتصادية التي تناولتها صحف الدراسة

المجموع		الخليج		البيان		طبيعة القطاع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
42.3%	800	58.4%	277	62.3%	523	حكومي

خاص	176	% 43.7	129	%37.6	305	%16.1
عام	112	%61.4	138	%63.1	250	%29.05
مختلط ( حكومي وخاص )	53	%11.2	68	%12.3	121	%6.4
خاص وعام	33	%7.6	24	%7.6	57	%3.01
حكومي وعام	28	%8.4	32	%8.9	60	%3.2
المجموع	925	%48.9	668	%35.3	1893	%100

الجدول أعلاه يبين ان صفح الدراسة تناولت المحتوى الاقتصادي في قطاعات متعددة ومتباينة تفاوتت نسب توزيعها ، إلا ان القطاع الحكومي مثل النسبة الغالبة في تغطية صفح الدراسة خاصة صحيفة البيان حيث بلغ 62.35 وسيطر على المادة التحريرية بها ،وهي نتيجة تتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة التي من ملامحها الأساسية الاهتمام بالتطورات الاقتصادية في الدولة خاصة في إمارة دبي ، ومعظم المشروعات الاقتصادية تتبع لحكومة الإمارة وكان القطاع الخاص يمثل نسبة لا بأس بها في النسبة الكلية ، وقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة 43.7 % ، ويعود ذلك إلى أن إمارة دبي تعمل على جذب الاستثمارات وتقديم ميز تشجيعية للمستثمرين الوطنيين أو الأجانب كإعفاءات الجزئية من الضرائب ، وسهولة الإجراءات وسرعتها ودقتها كما أن الدولة تمتلك بنية تحتية متينة ، وأهم من ذلك حالة الاستقرار والأمان التي تعيشها الدولة ، ما يهيئ بيئة جاذبة للاستثمار بشكل كبير ، كذلك تعمل الدولة على الإنفتاح الاقتصادي الحر حيث أنه يمثل ركيزة أساسية في البنية الاقتصادية للدولة ، يضاف لذلك إن مؤسسات الاقتصاد الخاص تُعد الممول الأول للمؤسسات الإعلامية من خلال الإعلان مما يجعل الصحف توليها إهتمام خاص في تغطية أخبارها كما أنها تمثل مصدر مهم للمعلومات والأخبار ، ثم القطاع العام بنسبة 16.4 % فالقطاع المختلط ( حكومي وخاص ) بنسبة 11.2 % تلى ذلك الحكومي والعام بنسبة 6.8 % و 3.6 % للحكومي والعام . وقد بلغ مربع كاي ( 3104.107 ) بدرجات حرية 5 ومستوى دلالة 05 مما يبين أن هناك فرقا ذو دلالة احصائية في تغطية المحتوى الاقتصادي حسب قطاعاته المختلفة .

جدول رقم (10) يُبين المجالات الاقتصادية

الدالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة	التكرار	القضايا الاقتصادية
0.002	15	2015.273	%10.7	203	التجاري
			%4.4	84	السياحة
			%3.5	67	البتروال والطاقة
			%2.6	49	الانتاج
			%6.7	127	مجال العقارات
			%4.9	93	مجال الصناعات
			%3.1	59	مجال البورصة
			%4.07	77	مجال الاستثمار ( وطني وأجنبي)
			%8.08	153	مجال الخدمات العامة
			%7.5	142	مجال الاتصالات
			%9.09	172	مجال التأمين
			%3.3	63	مجال البنوك والمصارف
			%4.3	81	مجال الزراعة
			%1.2	32	مجالات اخرى
			%100	1893	المجموع / النسبة

تناولت صحف الدراسة في الفترة البحثية وحسب ماهو موضح بالجدول اعلاه ، مجالات متعددة في إطار النشاط الاقتصادي الكلي بدولة الإمارات ، ونلاحظ حسب احصاءات الجدول أن المجال

التجاري هو الميدان الذي مثل الأولوية في المعالجة والتناول الصحفي ، وقد بلغ مربع كاي (2015.273) وذلك نسبة للتباين بين الصحيفتين في توزيع الأشكال الصحفية على المجالات الاقتصادية التي تمثل المتغير المستقل بمستوى دلالة 0.002 فوجد ان صحيفة الخليج مثلاً أولت اهتماماً كبيراً بمجال العقارات في حين اهتمت صحيفة البيان بمجال التجارة والإستثمارات الوطنية والأجنبية ثم تتالت المجالات الاقتصادية الأخرى المرصودة باستمارة التحليل ، أيضاً بتفاوت واضح بين الصحيفتين من حيث ترتيب أجندتها في تناول مجالات مختلفة تتصل بالأنشطة الاقتصادية المتباينة فوجد أن مجالات السياحة والاتصالات والبتترول والطاقة والتأمين.... الخ ، هي المحالات الأبرز في اهتمامات التغطية الصحفية فيما يتصل بالنشاط الاقتصادي ومشروعاته حيث أولتها صحيفتي الدراسة إعتباراً وإهتماماً عبر صفحاتها وملاحقها الاقتصادية خلال فترة البحث . ثم جاءت المجالات المتبقية في مرتبة أقل من حيث نسبة التغطية . ومن تلك الاحصاءات نلاحظ أن المناطقية لم يكن لها أثر على اهتمام كلا الصحيفتين في تناولها للموضوعات الاقتصادية ، بل بنت الصحف اهتمامها بالقضية بعيداً عن منطقة صدور الصحيفة وربما يعود ذلك إلى أن الفارق الجغرافي ليس كبيراً بين إمارتي الشارقة ودبي مقر الصحيفتين ، بالإضافة إلى أن النشاط الاقتصادي والإعلامي نشاط إتحادي قومي يتصل بدولة الإمارات ككل وليس بإمارة دون اخرى .

#### جدول (11) يُبين توزيعات المحتوى الاقتصادي على القوالب الصحفية

المجموع		الخليج		البيان		القضايا
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
20.1%	511	51.6%	343	23.8%	168	تحسين الانتاج
17.2%	447	43.6%	255	29.5%	192	الأسعار
7.2%	280	26.7%	117	21.3%	163	السياسات
22.4%	577	47.2%	201	59.7%	376	أسواق المال



9.1%	367	27.3%	193	24.8%	174	التمويل
13.2%	475	29.7%	191	44.3%	284	الإعلام الاقتصادي
5.1%	314	30.8%	196	28.9%	215	المعلومات
6.3%	403	31.1%	200	35.3%	203	النفط
4.2%	260	25.4%	172	26.2%	188	الطاقة
3.1%	242	27.8%	164	25.3%	178	المشروعات
2.1%	203	21.2%	147	23.9%	166	الجمعيات المهنية
100%						المجموع / النسبة

الخارطة الإحصائية بالجدول أعلاه ، نتبين من خلالها أن نسب توزيع المحتوى الاقتصادي على قوالب الكتابة الصحفية في الصحف عينة البحث قد تباينت بفارق دال إحصائياً نسبته ( 0.005 ) وأن مربع كاي قيمته بلغت ( 227.125 ) ، حيث نجد أن صحيفة البيان اهتمت بالإعلام الاقتصادي ، وأسواق المال بدرجة أكبر من صحيفة الخليج التي كان اهتمامها أكبر بتحسين مستوى الإنتاج ، والأسعار ، والمشروعات ، وبالرجوع للسياسة التحريرية لكل من الصحيفتين نجد أن العنوان الأساسي لسياسة صحيفة البيان هو الإهتمام بالتطورات الاقتصادية والأنشطة التي ترتبط بهذه النهضة لذا قضية الإعلام الاقتصادي تمثل دور أساسي تؤديه هذه الصحيفة مما جعلها القضية الأولى في أولويات اهتماماتها وتغطيتها الصحفية المتصلة بالميدان الاقتصادي ، بالإضافة لذلك فهي الصحيفة التي تتبع لحكومة دبي رسمياً وكما هو معلوم فإن دبي تُمثل مركزاً تجارياً عالمياً مميزاً على المستوى العالمي لذا كان طبيعياً أن تهتم الصحيفة في المرتبة الثانية بالأسواق المالية والإستثمارات الخارجية . أما صحيفة الخليج باعتبارها صحيفة أهلية خاصة ، جاء اهتمامها في المرتبة الأولى بقضية مستوى الانتاج لارتباطها بالمستوى المعيشي للأفراد والارتقاء به ، والوجه الآخر لهذه القضية هو الأسعار من حيث إرتفاعها وانخفاضها وتأثير ذلك على الأفراد أيضاً، ثم

توزعت القضايا الأخرى على باقي الأشكال التحريرية وأهمها " الخبر " بنسب متفاوتة تتقارب وتتباعد بين الصحيفتين .

### جدول رقم (12) يُبين توزيع قطاعات المحتوى الاقتصادي على قوالب الكتابة

الدالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة	التكرار	مجال المحتوى الاقتصادي
0.001	15	1268.545	%17.3	264	تجاري
			%14.7	187	بنوك ومصارف
			%7.5	149	بورصة
			%5.6	97	اتصالات
			%9.4	134	عقارات
			%8.4	129	استثمار
			%4.9	83	خدمات
			%5.2	91	السياحة
			%100	1893	المجموع

بيانات الجدول أعلاه تُبين المجالات المتصلة بالنشاط الاقتصادي التي تناولتها الصحف الإماراتية المبحوثة ، ونلاحظ من الاحصاءات ، أنها مجالات متعددة ومتباينة وقد إحتل المجال التجاري المركز الأول وبلغت نسبته في المحتوى التحريري للصحيفتين %17.3 ، واستخدمت فيه قالب الخبر والتقارير بنسبة كبيرة بفارق دال احصائياً عند مستوى 0.005 ، بالإضافة إلى ذلك استخدمت قالب الحديث الصحفي بشكل واضح خاصة في ما يتعلق بالقطاع التجاري وقطاع السياحة ، تلاه مجال البنوك والمصارف بنسبة %14.7 ، ثم العقارات بنسبة %9.4 ، ثم الإستثمارات ونسبتها %8.4 ، فالجدول يبين أن القطاعات الاقتصادية التي تمت تغطيتها من خلال الصحيفتين كانت مجالات متعددة ومتباينة توضح أن النشاط الاقتصادي بدولة الإمارات يغطي قطاعات كثيرة ومتنوعة

ما يوسع الميادين التي تستوعب الأنشطة الاقتصادية . وكلها تمثل زوايا مهمة في المعالجة الصحفية على مستوى الصحف الإماراتية المبحوثة .

### جدول (13) يُبين درجة المصادقية للمحتوى المبحوث

المجموع	الخليج	البيان	القضايا	المصادقية	التكرار	النسبة	مربع كاي	درجة الحرة	الدلالة
				عالي جدا	786	%49.5	753	%41.2	
				عالي	859	%45.4	826	%43.6	
				متوسط	177	%19.3	169	%16.4	
				منخفض	62	%3.3	54	%2.3	
				منخفض جدا	12	%0.9	9	0.5	
				المجموع	1893	%100	1758.027	2	0.001

من هذا الجدول نستطيع أن نستخلص أن المادة المتعلقة بالمضمون الاقتصادي ، المنشورة بالصحف المبحوثة ، تفاوتت نسبة مصداقيتها بين الصحيفتين ( المصادقية هنا تشير بها الباحثة إلى مدى دقة المعلومة ووضوحها وإستكمالها وليس صحة المعلومة ) ، حيث بلغت قيمة مربع كاي 1758.027 ، ودرجات حرة 2 ، والدلالة الاحصائية 0.005 ، إلا أنه وبشكل عام نجد أن نسبة تحقق المصادقية لأبأس بها في الصحيفتين حيث بلغت في متوسطها 47.4% ، وربما يعود ذلك إلى اعتماد الصحف على المصادر الذاتية التي تحرص أكثر من غيرها من المصادر على الالتزام بهذا العنصر فيما تقدمه من أخبار ومعلومات . كما أن المحتوى الذي لم تكن نسبة مصداقيته مرضية يمكن أن يكون السبب في ذلك عدم خبرة الصحفي بالكتابة المتخصصة ، خاصة في المجال الاقتصادي الذي يقتضي تخصصية وعلمية في معالجته ، كما أن السرعة لأجل تحقيق

السبق يُمكن أن تتسبب في عدم إستكمال المعلومات بالشكل المطلوب الذي يعطي القارئ معنى شاملاً عن ما نشر من مضامين تتعلق بالشأن الاقتصادي .

#### جدول رقم ( 14 ) يُبيِّن هدف القائم بالاتصال من نشر المادة

الهدف	البيان		الخليج		المجموع		مربع كاي	درجة الحرية	الدلالة الاحصائية
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
إخباري	869	%63.7	765	%52.7	1634	%89.1			
تعليمي	183	%22.1	211	%27.6	394	%20.9			
تحليلي	127	%17.6	134	%11.2	261	%13.8			
أخرى	69	%6.7	43	%4.2	112	%5.9			
المجموع / النسبة	1646	%86.9	%76.1		1893	%100	1283.023	2	0.05

من الجدول أعلاه نجد أن المادة الصحفية المبحوثة ، يتبين منها أن الأهداف الإخبارية كانت هي السائدة في أهداف التغطية المتعلقة بالمضمون الاقتصادي المبحوث ، وتفاوت الاهتمام الخبري بين أهداف الصحيفتين حيث أن صحيفة البيان أولته أهمية أكبر من صحيفة الخليج حيث بلغت نسبتها %63.7 من النسبة الكلية ، بينما بلغت في صحيفة الخليج %52.7، تلى ذلك وفي المرتبة الثانية الأهداف التعليمية التي فاقت نسبتها في صحيفة الخليج أكثر من صحيفة البيان ، وفي المرتبة الثالثة جاءت الهداف التحليلية أيضاً بنسب مختلفة بين الصحيفتين إلا أنها نسب متقاربة ، رغم من المضمون المبحوث ينبغي أن يكون أكثر المضامين إرتباطاً بأهداف التحليل ، باعتبار ما ذكرناه فيما غير ما موضع من أن المادة الاقتصادية مادة حسابات ومنطق وأرقام ، الأمر الذي يقتضي إعمال عنصر التحليل فيها بشكل كبير ، ويلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في

الأهداف التي تبناها القائمون بالاتصال في صحيفتي الدراسة لمعالجتهم الصحفية لموضوعات اقتصاد المعرفة .

جدول رقم ( 15 ) يُبين اتجاهات المحتوى المبحوث

الاتجاه	البيان		الخليج		المجموع		مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة الاحصائية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
إيجابي	63.7%	827	52.7%	806	89.1%	1634			
محايد	22.1%	227	17.6%	233	20.9%	394			
سلبي	17.6%	97	11.2%	72	13.8%	261			
المجموع / النسبة	86.9%	1646	76.1%	1155	100%	1893	1281.111	4	0.05

البيانات الواردة في الجدول أعلاه تختص بالتوزيعات الاحصائية الخاصة بوصف الاتجاهات التحريرية التي تبنتها الصحف المدروسة في معالجتها للمضامين المتصلة باقتصاد المعرفة وقد ساد الإتجاه الإيجابي في المعالجة في الصحيفتين رغم تفاوت النسبة بينهما بفارق ضئيل ، وربما يعود ذلك إلى ان المحتوى المنشور يمثل حقائق ومعلومات فعلية وواقعية إلى حد كبير، بالإضافة إلى كونها تُمثل في معظم أحوالها مواد مأخوذة من جهات ذات اختصاص إما بحكم المسؤولية الرسمية ، أو بحكم التخصص العلمي الأمر الذي يُكسب القائم بالاتصال ثقة فيما يقدمه للقارئ بدافع أن يتبيناه ويقنع به حيث أنه مضمون في أغلب أحواله معافى من عدم الموثوقية ، وتلى ذلك الإتجاه المحايد وهو إتجاه الصحفي الذي يقدم المعلومة بتجريد وموضوعية بعيداً عن رأيه الخاص ، فيما يقدمه من محتوى باعتبار أنه مصمم من جهات معينة هي أدرى بما يخدم القارئ ويسهم في بناء المعرفي .

## مناقشة النتائج

- من خلال الدراسة النظرية والجانب التطبيقي الميداني ، وبناءً على الاستنتاجات المستخلصة من الجداول الاحصائية ، واستخدام تحليل المضمون ، توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج منها :
- 1 - تباينت الأشكال التحريرية المستخدمة في صحف الدراسة التي نشرت من خلالها المحتويات الاقتصادية ، رغم أن الشكل الخبري كان هو الأكثر سيادة في الصحيفتين ، وقلت التغطية التحليلية رغم أهميتها في تناول القضايا المستجدة والمتطورة كقضية الاقتصاد والتحويلات المتعلقة به ، ومن أبرز أسباب ذلك قلة الكادر الصحفي المتخصص في هذا الشأن الذي يستطيع أن يوفر المعلومات الدقيقة والمهمة المتعلقة بالقضية ومناقشتها مع الخبراء والمختصين وتقديم التحليلات والتفسيرات ووضع المقترحات والحلول .
  - 2 - تنوعت المصادر التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة ، فكلاهما استخدم المصادر الذاتية الخاصة بها ، والمصادر الخارجية ، والملاحظ أن الاعتماد على المصادر الوطنية هو الغالب ، كما أن هنالك فروق ذات دلالة احصائية في مصادر المعلومات بين صحيفتي البحث حسب اختبار مربع كاي أقل من ( 0.02 ) ومرد ذلك أن الصحيفتين اعتمدتا على المندوب كمصدر أساسي يُمكنها من تحقيق سبق الصحفي ونشر المحتوى بما يتفق مع فلسفتها ونهجها ، كما أن صحيفة البيان تمتلك شبكة مراسلين ومندوبين أكثر مما لدى صحيفة الخليج ، باعتبار تبعية الأولى لحكومة إمارة دبي ، بينما الثانية صحيفة خاصة .
  - 3 - لعبت الجهات الاعلانية دوراً مهماً في النشر ، حيث نجد اهتماماً واضحاً من قبل الصحفيين بصحف الدراسة بالأنشطة والمشروعات الخاصة بتلك الجهات ، وهو أمر طبيعي يتوافق مع تأثير تلك المؤسسات على مجمل الأنشطة الاقتصادية ، وتأثيرها كذلك في اقتصاديات المؤسسات الإعلامية .
  - 4 - احتل القطاع الخاص مساحة كبيرة في تناول الصحفي الخاص بالمحتوى الاقتصادي، الأمر الذي يدل على الدور الحيوي لهذا القطاع الاقتصادي بدولة الإمارات ووعيه بأهمية الإعلام ما يجعله يمد الصحف بالموضوعات المتعلقة بأنشطته الاقتصادية وتبين ذلك من خلال حجم الخبر الخاصة به ، وتبين أن هناك فروق ذات دلالة احصائية أقل من ( 0.05 ) بين الصحيفتين في اهتمامه بمشروعات القطاع الخاص والعام .

5 - زادت حصة القطاع العام في قالب التقارير الإخبارية ، ويرجع السبب في ذلك إلى اهتمام الكتاب بمؤشرات الأداء الاقتصادي العام بمكوناته المختلفة كالسياسات المالية والنقدية ، والتسعير وحركة الأسواق والعمالة وغيرها من تلك العناصر .

6 - قيم الموضوعية والمصداقية جاءت بنسب متقاربة في الصحيفتين المبحوثتين، وهي نسبة لا بأس بها ، حيث عملت الصحف جهدها لنشر الحقائق الواقعية ، وربما يعود ذلك إلى أن المحتوى الاقتصادي يعتمد بشكل كبير على الأرقام والاحصاءات، وهي لغة التضليل فيها يكون قليلا نسبة لسهولة كشف الحقائق المتعلقة به .

7 - تحتاج الصحف الإماراتية إلى العمل على رفع كفاءة الصحفيين الاقتصاديين، وعقد دورات خاصة بهم ، باعتبار أن الصحفي الاقتصادي يحتاج إعداداً خاصاً يُمكنه من التحليل والتفسير والاستنتاج السليم لمؤشرات النشاط الاقتصادي العام بالدولة، خاصة أنها تشهد تطوراً ملحوظاً وسريعا في ميدان الاقتصاد ، مايلزم معه وجود إعلام متخصص قادر على قيادة وتحقيق نهضة مجتمعية موازية للنهضة الاقتصادية .

8 - زادت نسبة تغطية الموضوعات الاقتصادية المحلية للقطاعات المختلفة في صحيفتي الدراسة ، كونهما صحيفتين وطنيتين ، خاصة صحيفة البيان بحكم سياستها التحريرية ، جاء بعده الشأن الدولي وتباينت الصحيفتين في اهتمامها به حسب أولوية كل واحدة وتقديرها لأهمية القضية الدولية والأقليمية وتأثيرها على الشأن الوطني .

#### التوصيات :

في ضوء النتائج التي توصلت عليها الباحثة توصي بالآتي :

- 1- ضرورة الإهتمام بالموضوعات المتعلقة بالمجال الاقتصادي في النشر والتناول الصحفي ، لأنه مجال حيوي يتصل بمصالح المجتمع والأفراد ويؤثر في كافة مجالات الحياة الأخرى .
- 2- الإهتمام بمواد التحليل والتفسير التي تُسهم في زيادة معارف وخبرات الجمهور المتلقي أكثر من المواد الإخبارية ، لما تقدمه من أبعاد مختلفة للموضوع .
- 3- العمل على تقديم المعلومات اللازمة والخاصة بعمليات التحول والتغيير ، ومن بينها ما يتصل بالتحول إلى الاقتصاد المعرفي ، حتى يستطيع الأفراد أن يؤديوا أدوارهم في هذا الشأن الذي يتصل بمصالحهم .
- 4- ضرورة الإهتمام بالصحفي المتخصص في مجال الاقتصاد ، والعمل على تأهيل كفاءات مدربة في هذا المجال المهم .

5- الاهتمام بتقييم وتقويم الوظائف التي تؤديها الصحافة في المجتمع ، لأجل رفع كفاءة دورها في الإسهام في زيادة الوعي المجتمعي العام وإشراك الجمهور في مشروعات التحول الإستراتيجي .

#### المصادر والمراجع :-

- 1 - خضور ، أديب ، الإعلام المتخصص ، ط2 ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 2005 م .
- 2 - آر ايه بوكانان ، تعريب شوقي جلال ، الالة قوة وسلطة : التكنولوجيا والإنسان منذ القرن 18 حتى الوقت الحاضر ، عالم الفكر ، العدد 259، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب
- 3 - آرورا، أشيش ،أسواق التكنولوجيا في اقتصاد المعرفة ، أشيش آرورا وأندريا فوسفوري وألفونسو جمبرديلا، ترجمة أسعد حليم، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، 171 (مارس 2002) .
- 4 - إيفانز، فيليب ،الاقتصاديات الجديدة للمعلومات وتطوير الاستراتيجية ، تأليف فيليب إيفانز، توماس س. وستر؛ ترجمة سمير إبراهيم شاهين ، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 2004.
- 5 - الوقائي ، محمد ، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، ط1 ، القاهرة ، مكتبة الانجلو ، 1989 م .
- 6 - الفريد فرج ، العولمة في مرآة الثقافة العربية ، جريدة الأهرام ، القاهرة ، أكتوبر 1998 م .
- 7 - بد ريتشارد وآخرون ، تحليل مضمون الإعلام ، ترجمة محمد جوهر ، اريد ، قدسية للنشر ، 1992 م .
- 8 - دركر، بيتر ف، المعرفة: اقتصادياتها وإنتاجيتها ، ترجمة وإعداد محمد محمود التوبة، أحوال المعرفة ، س7، ع 27 (ديسمبر 2002) ، س 38 - 42؛ س7، ع 28 (مارس 2003) .
- 9 -الدويبي، عبد السلام. المعلوماتية واقتصاديات المجتمعات المعاصرة ومواردها البشرية ، المجلة الليبية للمعلومات والتوثيق ، ع1 (أكتوبر 2004 م ) .
- 10- ديفيد، بول أ.مقدمة في اقتصاد مجتمع المعرفة، بول أ. ديفيد ودومينيك فوراي، ترجمة منى عبدالظاهر، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، ع 171 (مارس 2006 م) .
- 11 - رزوقي، نعيمة حسن ، اقتصاديات الأفكار في بيئة الفضاء الإلكتروني ، مجلة آفاق اقتصادية ، مج 22، ع87 2001م



- 12 - رزوقي، نعيمة حسن ، الدور الجديد لمهنة المعلومات في عصر هندسة المعرفة وإدارتها .  
مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج10 ، ع2، رجب - ذو الحجة 1425هـ ، سبتمبر 2004 -  
فبراير 2005م
- 13 - سعيد، زاهر محمد . الاقتصاد القائم على المعرفة ، أحوال المعرفة ،س8، ع33 (مارس  
2004)
- 14 - سلمان، جمال داود ، رؤية تحليلية في اقتصاد المعرفة، مجلة الفيصل، ع331 (مارس  
2004م ) .
- 15 - سميح ، حميدة ، الرأي العام وطرق قياسه ، عمان ، دار حامد للنشر ، 2002 م .
- 16 - شتاينمولر، وإدوارد، الاقتصاديات المعتمدة على المعرفة وارتباطها بتكنولوجيا المعلومات  
والاتصالات، ترجمة أسعد حلیم، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، ع171 (مارس 2002) .
- 17 - ميهوب، صالح، اقتصاد واقتصاديات المعلومات، الندوة العلمية الأولى لقسم المعلومات  
بأكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، أكاديمية الدراسات العليا، 2003م.
- 18 - مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الإتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات، الدكتور محمد  
محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق خليل صابات، دار  
النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط1،، نشر هذا الكتاب بالأشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة  
والنشر، نيويورك.
- 19 - حمد بن زيد الخثلاني ، البحث العلمي.. المحرك الجديد للاقتصاد في القرن الحادي  
والعشرين، جريدة الشرق الأوسط، ع137 ، ص34 ، 19 / 4 / 2012م ) .
- 20 - إبراهيم غرابية شبكة راية الاعلامية ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى  
طلبة الجامعات 143 مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، مج 12 ، ع1 ، 2010م .
- 21- علي نور الدين إسماعيل ، اقتصاد المعرفة من منظور رياضي الدولة العربية حالة للدراسة ،  
المجلة الاقتصادية السعودية ، ع17 ، 2004 م .
- 22 - فاروق ، عبد الخالق ، اقتصاد المعرفة في العالم العربي ، شركة أبوظبي للإعلام ، 2005م.
- 23 - عيسى خليفي وكمال منصور ، البنية التحتية لاقتصاد المعارف في الوطن العربي: الواقع  
والآفاق، الملنقى الدولي حول اقتصاد المعرفة ، الجزائر ، بسكرة، جامعة محمد خيضر ، 2005 م .
- 24 - محي الدين حسانة ، اقتصاد المعرفة في مجتمع المعلومات ، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية  
، مج9 ، ع2 ، الرياض ، 2004 م .

- 25 - معراج ، هوارى ، اقتصاد المعرفة والتعليم عن بعد ، مجلة دراسات ، ع3 ، الجزائر ، 2005
- 26 - شيفرين أنيا ومارجى فرينى ، الكتابة الصحافية التجارية والاقتصادية ، ترجمة صلاح أبو النجا ، واشنطن ، المركز الدولى للصحفيين ، 2004 م .
- 27 - سمير حسين ، دراسات فى مناهج البحث الإعلامى: بحوث الإعلام ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2006 م .
- 28 - تقرير وزارة الاقتصاد والتجارة ، أبوظبى ، مؤشرات القطاعات الاقتصادية فى دولة الإمارات العربية المتحدة 1999 - 2005 م ، 2007 م .
- 29 - يوسف حمد الإبراهيم ، التعليم وتنمية الموارد البشرية فى الاقتصاد المبني على المعرفة ، أبوظبى ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، 2008 م .